

Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif

Dr. Asep Suryana, M.Si.



PENDAHULUAN

Disadari ataupun tidak, setiap manusia berupaya untuk menyampaikan apa yang ada dibenaknya kepada orang lain. Dalam kondisi tertentu, selain orang lain dapat memahami apa yang dikatakannya, juga ingin disetujui, bahkan orang tersebut melakukan suatu tindakan tertentu seperti yang ia inginkan. Ternyata manusia secara naluriah senantiasa menginginkan keterlibatan orang lain atas keberadaan dirinya. Barangkali Anda pernah membaca buku-buku yang mengisahkan kesuksesan seseorang. Dari perjalanan suksesnya tersebut, ternyata kesuksesan itu tidak akan terjadi tanpa adanya keterlibatan orang lain. Demikian juga apa yang didapatkan orang-orang sukses dalam bisnis, politik, dan aktivitas sosial lainnya, ternyata juga sangat berkaitan dengan kemampuan orang tersebut untuk memengaruhi orang lain dengan ucapan, sikap, dan perilaku yang ditujukan kepada orang lain. Bukan hanya kesuksesan, kegagalan pun yang dialami seseorang tidak lepas dari kemampuan dan kepandaian orang tersebut dalam memanfaatkan keterlibatannya dengan orang lain.

Carmine Galo (2009:5-6) telah berhasil melakukan wawancara dengan orang-orang terkenal yang sukses sebagai hasil dari kemampuannya dalam berkomunikasi. Beberapa pengakuan yang bisa menjadi perhatian kita, antara lain dikemukakan oleh Barbara Corcoran, pendiri The Corcoran Group: “tidak diragukan lagi, komunikasi bertanggungjawab atas 90% kesuksesan saya”. John Chen, CEO Sybase mengemukakan:

“Komunikasi adalah satu bagian yang sangat penting dalam pekerjaan saya, bahkan di antara komunitas investasi. Mereka tidak akan menginvestasikan uang pada saham Anda jika mereka tidak mendapatkan kesan yang bagus tentang Anda sebagai seorang manusia”.

Sementara itu, Howard Schultz, Chairman Starbucks mengemukakan: “Saya telah diberkati dengan kemampuan berkomunikasi dengan segala jenis manusia untuk membangun dasar yang sama untuk pemahaman”. James Citrin, pemimpin Global Practice dan Spencer Stuart, mengemukakan: “Komunikasi adalah satu kemampuan yang paling penting yang dapat dimiliki setiap orang dalam posisi kepemimpinan”.

Dari beberapa pengakuan orang-orang yang penting dan sukses tersebut maka kita mendapatkan suatu gambaran bahwa keberhasilan yang dicapai seseorang, antara lain disebabkan oleh adanya kemampuan dalam komunikasi.

Secara psikologis, manusia dapat dipengaruhi oleh komunikasi yang disampaikan oleh orang lain. Robert B. Cialdini (2000), berdasarkan hasil kajiannya tentang “kepatuhan”, menyimpulkan bahwa terdapat 6 kegiatan dasar yang dapat memengaruhi naluri manusia yakni:

(1) *reciprocity*, yang berkaitan dengan kecenderungan seseorang akan membalas kebaikan yang diberikan orang lain, (2) *commitment and consistency*, yang secara naluriah, seseorang akan memperlihatkan konsistensi dan komitmen sikapnya terhadap apa yang diyakininya, (3) *social proof*, yang memperlihatkan kondisi seseorang akan merasa aman dan nyaman untuk melakukan sesuatu manakala hal itu sebelumnya telah dilakukan orang lain, (4) *liking*, berkaitan dengan kondisi kecenderungan orang melakukan sesuatu yang dibutuhkan oleh orang yang ia sukai dan orang lain itu menyukainya, (5) *authority*, yang memperlihatkan kecenderungan orang akan mempercayai orang lain yang ia anggap memiliki otoritas, dan (6) *scarcity*, yang memperlihatkan kecenderungan orang untuk mengejar sesuatu yang unik atau langka dan jarang ditemui.

Dalam Modul 1 ini, kita akan mempelajari tiga aspek pokok yang sangat penting dalam komunikasi persuasif yaitu sejarah persuasi, persuasi sebagai ilmu (*science*), dan hakikat komunikasi persuasi. Ketiga aspek pokok tersebut akan sama-sama kita pelajari melalui Kegiatan Belajar 1, Kegiatan Belajar 2, dan Kegiatan Belajar 3.

KEGIATAN BELAJAR 1

Sejarah Persuasi

Manusia hadir di dunia dibekali dengan kemampuan luar biasa, yang taraf kecanggihannya tidak dapat ditandingi oleh makhluk-makhluk ciptaan Tuhan lainnya. Kemampuan itu adalah “berbicara”. Melalui berbicara inilah manusia dapat mengembangkan peradabannya. Dengan berbicara, apa yang ada dalam benak kita dapat disampaikan kepada orang lain. Banyak hal yang dapat diungkapkan. Mulai persoalan sehari-hari yang sepele hingga ide membangun peradaban di luar angkasa. Rakhmat (1994:1) mengatakan: “dengan berbicara, manusia mengungkapkan dirinya, mengatur lingkungannya, dan pada akhirnya menciptakan bangunan budaya insani”. Lebih jauh, manusia menyadari bahwa melalui berbicaralah apa yang diinginkannya dapat diwujudkan melalui orang lain. Manusia juga semakin menyadari bahwa melalui berbicara, perubahan dapat dilakukan.

Melalui berbicara, manusia dapat membuat keputusan seseorang bersalah atau tidak di ruang pengadilan. Melalui berbicara pula seorang dosen dan atau guru menyampaikan materi kuliah/pelajaran kepada mahasiswa/pelajar di ruang kelas. Melalui berbicara seorang jenderal menjelaskan strategi



perangnya kepada bawahannya. Demikian juga seorang CEO ketika menjelaskan inovasi IT untuk perusahaan, disampaikan kepada *stakeholders*, sudah tentu melalui pembicaraan. Ternyata seorang istri yang semula marah terhadap suaminya, karena cemburu, menjadi ramah dan lemah lembut setelah sang suami melalui kata-katanya berhasil menjelaskan persoalan yang sebenarnya, dan melalui kata-katanya pula ia dapat mengubah emosi marah menjadi emosi ramah sang istri. “Penelitian membuktikan bahwa 75% dari waktu bangun kita, berada dalam kegiatan komunikasi. Sebagian besar dari kegiatan komunikasi tersebut dilakukan secara lisan (Rakhmat, 1994: 2).

Berbicara sudah merupakan kodrat manusia dan anugerah dari Tuhan yang luar biasa. Secara alami, setiap hari manusia berhubungan dengan manusia

lainnya, melalui kata-kata yang dikeluarkan dari mulutnya ataupun melalui tulisan yang dibuat melalui tangannya. Antara manusia dengan manusia lainnya selalu saling “berbagi” pikiran. Pikiran-pikiran tersebut dimaknai oleh si penerima pesan, dan dipahami sesuai dengan persepsinya.

Persuasi menempel pada kehidupan manusia, baik disengaja maupun tidak. Ketika seseorang memiliki keinginan tertentu untuk berbicara kepada orang lain maka keinginan itu akan disampaikannya, dan jawaban atas keinginan itupun ditunggunya. Tentu saja jawaban atas keinginan tersebut



adalah yang sesuai dengan yang ada dalam pikirannya. Demikianlah maka setiap manusia dalam kehidupan sehari-harinya senantiasa berupaya untuk saling memengaruhi. Siapa yang dipengaruhi dan siapa yang memengaruhi merupakan sebuah kondisi yang akan tergantung pada

banyak faktor. Faktor-faktor itulah yang akan kita pelajari dalam perkuliahan ini.

1. Persuasi pada Zaman Yunani dan Romawi

Kesadaran untuk memengaruhi orang lain dalam berbagai situasi yang melibatkan banyak orang, telah ada pada manusia, sejak manusia berkelompok. Walaupun dalam format yang sederhana, dalam kelompok atau komunitas manusia, dituntut adanya orang yang memimpin dan memiliki kemampuan berbicara di depan khalayak. Banyak peristiwa yang terjadi di sekitar manusia yang menuntut adanya orang berbicara. Peristiwa upacara-upacara ritual, perkawinan, kelahiran, kematian, pengambilan keputusan, dan lain-lain tidak berjalan dengan sendirinya, tanpa adanya orang yang berbicara. Kenyataannya, orang yang sanggup berbicara dengan baik pada peristiwa-peristiwa tersebut

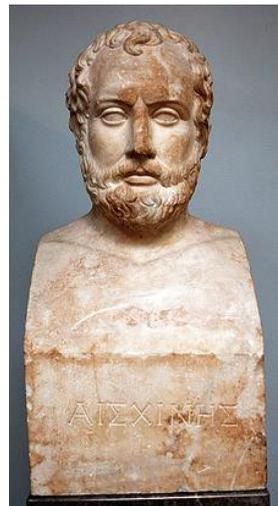


adalah para pemimpin atau tokoh yang menjadi panutan masyarakatnya. Kata-kata yang mereka ucapkan didengar dan dituruti. Masyarakat percaya dan

menghormati kata-kata yang diucapkan tersebut. Akhirnya, para pemimpin dan atau tokoh masyarakat tersebut semakin menyadari akan “kehebatan” kata-kata yang diucapkannya dalam upaya memengaruhi orang-orang yang ada di sekitarnya.

Berdasarkan kajian Rakhmat (1994: 1-15), terungkap bahwa peradaban manusia, melalui peristiwa-peristiwa yang dramatis, dibangun oleh kemampuan orang-orang tertentu dalam berpidato dan berbicara untuk memengaruhi orang lain (persuasi). Hal ini sebagaimana yang diungkapkan Hogan (2012:3) bahwa persuasi merupakan tema yang dominan dalam kajian retorika, semenjak zaman Yunani Kuno. Kemampuan untuk berbicara dan meyakinkan orang (di depan dewan juri di pengadilan) merupakan tuntutan yang harus dipenuhi oleh warga masyarakat Syracuse (sebuah koloni Yunani di Pulau Sicilia), ketika mereka akan mempertahankan hak atas tanah yang diambil paksa oleh pemerintah yang tirani. Kemampuan untuk meyakinkan, memengaruhi dan mendorong pemihakan melalui kata-kata yang diucapkan merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan tanah mereka. Mengapa demikian? Karena pada waktu itu, yang namanya sertifikat tanah belum ada. Orang yang bisa disewa untuk mewakili yang bersangkutan dalam sidang yang diselenggarakan (sebut saja pengacara), juga belum ada. Oleh karena itu, cukup banyak orang yang tidak mendapatkan kembali hak tanahnya, gara-gara tidak mampu berbicara dengan baik dan meyakinkan dewan juri.

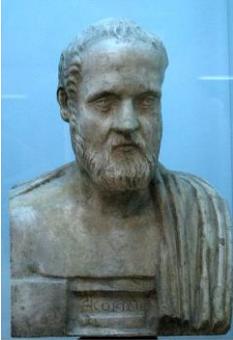
Tentu saja kondisi yang dihadapi masyarakat Syracuse sangat tidak menguntungkan. Banyak warga yang berupaya untuk mendapatkan kemampuan dalam hal berbicara di depan dewan juri. Kondisi demikian menginisiasi seorang intelektual di masyarakat tersebut untuk membantu warga Syracuse dalam mendapatkan kembali hak atas tanahnya. Orang tersebut bernama Corax, yang berupaya menulis pemikirannya tentang seni berbicara, dalam makalahnya yang berjudul “*Techne Logon*” (yang berarti seni kata-kata). Dalam makalah tersebut, antara lain memuat tentang teknik kemungkinan dan dasar-dasar organisasi pesan yang meliputi pembukaan, uraian, argumen, penjelasan tambahan, dan kesimpulan



(Rakhmat, 1994). Selain Corax, di Agrigentum, yang juga merupakan wilayah Sicilia, ada juga orang yang memahami berbicara efektif dan pengaruhnya terhadap orang lain. Ia adalah Empedocles, seorang filosof, politisi, mistikus dan orator, yang cerdas dan menguasai banyak pengetahuan. Sebagai seorang orator yang memahami prinsip-prinsip memengaruhi orang lain, ia juga memberi pelajaran kepada orang lain tentang retorika. Salah satu muridnya adalah Gorgias. Gorgias, merupakan orang agrigentum yang memahami retorika berdasarkan yang ia dapatkan dari Empedocles. Melalui kemampuannya, ia pergi ke Athena untuk memberikan pelajaran kepada masyarakat Athena, yang saat itu sedang tumbuh menjadi negara yang kaya. Ia mendirikan “sekolah retorika”. Ya, memang sebuah langkah yang strategis. Mengapa? Karena di kala itu, “negara Athena” sedang mengalami pertumbuhan ekonomi, politik, sosial dan budaya. Kemampuan persuasi dibutuhkan oleh semua pihak, seperti pedagang, politikus, para penegak hukum/pengadilan, birokrat dan pendidik. Dalam mendidik murid-muridnya, Gorgias menggunakan pendekatan penggunaan bahasa dan teknik berbicara impromptu (Rakhmat, 1994:4).

Selain Gorgias, Protagoras merupakan orang Agrigentum yang juga menguasai retorika. Ia menyebut kelompoknya dengan sebutan “Sophistai”, yang berarti “guru kebijaksanaan”. Istilah sophistai sering disebut pula dengan “Sophis”. Sophis pada zaman itu sangat berjasa dalam mempopulerkan dan mengembangkan retorika. Muatan retorika bukan hanya sekedar ilmu berpidato, tetapi juga aspek-aspek yang terkait dengan pengetahuan logika, gramatika bahkan sastra. Menurut pandangan kaum Sophis, dalam memengaruhi orang lain tidak cukup hanya dengan menggunakan rasio. Aspek lain yang perlu dikuasai adalah teknik-teknik memanipulasi emosi serta menggunakan prasangka untuk menyentuh hati audiens.

Tokoh-tokoh lain, yang juga populer sebagai jago-jago berpidato dalam pesta olimpiade antara lain Demosthenes dan Isocrates (Rakhmat, 1994:5). Demosthenes merupakan orang yang telah menciptakan gaya berbicara yang berbeda dengan para pendahulunya. Gaya berbicaranya jelas dan keras, tidak berbunga-bunga. Ia pun telah berhasil menggabungkan antara narasi, argumentasi, dan cara penyampaian. Bagaimana Demosthenes melatih dirinya agar ia bisa menjadi “jago” berbicara? Jawabannya adalah berlatih dengan penuh ketekunan, mengulang-ulang kalimat yang efektif di depan cermin, bahkan, lebih hebat lagi, ia sengaja berdiam diri dalam sebuah gua, berbulan-bulan tinggal di dalamnya, dan tentu saja.... berlatih.... Ketika di mimbar, ia



nampak ekspresif. Badannya tidak kaku. Dilengkungkan tubuhnya, bergerak berputar, tangannya mengikuti irama pembicaraannya, dan tentu saja, suaranya yang melengking tinggi seperti menjerit.

Terjadi “Perang” orasi antara Demosthenes dengan Aeschines pada saat Demosthenes mempertahankan harga dirinya di depan Mahkamah yang terdiri atas ratusan juri. Masing-masing berargumen dengan sangat baik. Namun pada akhirnya, Demostheneslah yang dimenangkan dewan juri. Aeschines akhirnya dituntut untuk membayar denda. Karena mendapat malu, akhirnya Aeschines melarikan diri ke Rhodes, dan hidup di sana dari bayaran kursus retorika, walaupun dikabarkan tidak begitu laku!

Menurut catatan sejarah retorika, duel antara Demosthenes dan Aeschines inilah yang merupakan pendidikan persuasi dan retorika yang dirintis oleh kaum Sophis, dan dikaji sepanjang sejarah kehidupan manusia, walaupun dapat juga dikatakan sebagai kondisi yang membentuk citra negatif kaum sophis juga (Rakhmat, 1994:5).

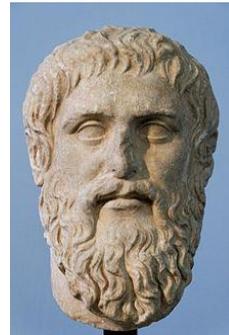
Isocrates (436–338 SM) adalah seorang tokoh pada saat itu yang berupaya untuk mengembangkan retorika dengan menghilangkan keterlibatan Sophisme yang bercitra negatif. Menurut Isocrates, retorika harus terintegrasi dengan politik dan sastra, karena ia percaya bahwa retorika itu dapat meningkatkan kualitas masyarakat. Ia berasumsi bahwa retorika itu sangat ampuh dalam memengaruhi orang lain maka ilmu ini tidak boleh diberikan kepada sembarang orang. Hanya diberikan kepada orang yang berbakat. Pada Tahun 391 M, Isocrates berhasil mendirikan sekolah retorika yang sukses. Di sekolah ini, Isocrates mendidik



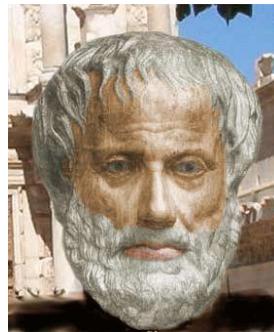
murid-muridnya sangat ketat. Metode pembelajaran yang digunakan adalah dengan menyusun kata-kata yang jelas dan tidak berlebihan. Kalimat disusun atas dasar rentetan anak kalimat yang seimbang. Dalam hal suara maka hal itu digeser dengan menggunakan intonasi yang tepat, dengan dukungan gagasan yang lancar.

Isocrates dalam kondisi yang sebenarnya tidak memiliki suara yang baik, serta keberanian untuk tampil. Oleh karena itu, yang ia lakukan adalah menuliskan pidato-pidatonya. Berbagai risalah ia tulis, yang kemudian ia sebarkan ke segenap penjuru Yunani. Itulah sebabnya apa yang ditulis Isocrates dianggap sebagai warisan prosa Yunani yang luar biasa. Risalah Isocrates telah banyak mengilhami tokoh-tokoh retorika dan persuasi sepanjang zaman seperti, Cicero, Milton, Masillon, Jermy Taylor, Edmund Burke, dan lain-lain (Rakhmat, 1994:6).

Socrates (469 - 399 SM) salah seorang warga Yunani dengan kondisi keuangan yang terbatas belajar retorika kepada Prodicus. Yang diperolehnya hanyalah dasar-dasar bahasa yang sangat rendah. Berdasarkan pengalaman pahit ini, Socrates kemudian menilai kaum Sophis sebagai “prostitut”. Menurut Socrates, orang yang menjual kecantikan untuk sejumlah uang adalah prostitut. Demikian orang yang menjual kebijakan tidak ada bedanya. Salah seorang murid Socrates yang sangat setia adalah Plato.



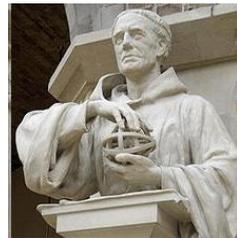
Plato (428-348 SM) menganggap bahwa retorika yang diajarkan gurunya, Socrates merupakan retorika yang benar, yang didasarkan pada filsafat. Melalui filsafat, orang dibawa pada pengetahuan yang sejati. Plato, dengan dasar pemikiran bahwa retorika itu sebenarnya mengarahkan manusia pada hakikatnya maka ia mengembangkan pemikirannya tentang dasar-dasar retorika ilmiah dan psikologi khalayak. Menurutnya, pesan yang akan disampaikan dalam sebuah pidato harus dirancang dengan mempertimbangkan organisasi, gaya, dan cara-cara penyampaian pesan. Menurut Plato, para pembicara harus memperhatikan dengan seksama “jiwa” pendengarnya. Pemikiran tersebut tertuang dalam bukunya yang berjudul “Dialog” (Rakhmat, 1994:6). Oleh



karena itu, Plato (Rakhmat, 1994:6) telah berhasil membangun retorika sebagai sebuah wacana ilmiah, dari sekedar teknik-teknik berbicara belaka.

Dalam perkembangan selanjutnya, murid Plato, Aristoteles (384 - 322 SM) melanjutkan minat gurunya, mengkaji retorika secara ilmiah. Hasil yang dicapainya adalah buku *De Arte Rhetorica*, yang terdiri atas tiga jilid. Lima Hukum Retorika (*The Five Canons of Rhetoric*), yang sampai saat ini masih aktual, merupakan buah dari hasil pemikiran Aristoteles dan ahli retorika klasik pada waktu itu. Lima hukum itu adalah: (1) *inventio* (penemuan), (2) *dispositio* (penyusunan), (3) *elocutio* (gaya), (4) *memoria* (memori), dan (5) *pronuntiatio* (penyampaian). Aristoteles memiliki pemikiran bahwa retorika itu merupakan “kemampuan untuk menentukan, dalam kejadian tertentu dan situasi tertentu, metode persuasi yang ada” (Rakhmat, 1994:7).

Pada zaman Romawi, telah muncul buku *Ad Herennium* yang ditulis dalam bahasa Latin, yang diperkirakan berada pada 100 SM. Buku tersebut merupakan hasil sistematisasi cara Romawi atas warisan retorika Yunani. Pada saat itu, kekaisaran Romawi subur dengan sekolah-sekolah retorika dan orator-orator ulung, seperti, Antonius, Crassus, Rufus, Hortensius, dan lain-lain (Rakhmat, 1994:8). Salah seorang orator yang ulung adalah Hortensius.



Ia dapat menampilkan gerakan dan cara penyampaian yang luar biasa. Banyak orator dan artis pada saat itu yang berupaya meniru penampilan Hortensius. Cicero (106 - 43 SM) merupakan negarawan dan cendekiawan yang hidup pada zaman Romawi, yang tertarik dan mengembangkan lebih jauh hasil karya Hortensius. Menurut Cicero, apa yang dihasilkan dari sebuah pidato akan baik ketika yang berpidato tersebut juga orang baik atau *The good man speaks well*.

Cicero merupakan orator yang sangat berpengaruh. Ia mampu mengubah pembicaraan yang sulit menjadi sederhana. Tulisan yang dibuatnya mengalir dengan deras dan memperlihatkan keindahan.



Orang yang melanjutkan dan mengembangkan ilmu yang dirintis Cicero adalah Quintillianus. Ia sangat mengagumi Cicero, serta berusaha untuk merumuskan teori-teori retorika dari pidato dan tulisan-tulisan Cicero. Buku karya Quintillianus diberi nama “*Institutio Oratoria*”.

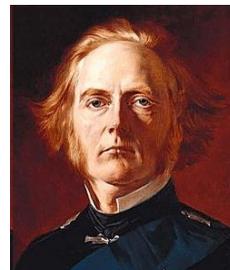
2. Persuasi pada Zaman Pertengahan

Abad pertengahan (400 - 1400 SM) merupakan abad kegelapan, bukan saja bagi peradaban manusia, namun juga bagi retorika. Pada saat itu, retorika mengalami kemunduran yang luar biasa. Ia tersingkir ke belakang karena para kaisar tidak senang mendengar orang yang pandai berbicara (Rakhmat, 1994:10). Selama berlangsungnya abad pertengahan di Eropa, warisan peradaban Yunani dan Romawi diabaikan, termasuk retorika. Renaissance merupakan momen ketika peradaban Yunani mulai dilirik kembali. Salah seorang tokoh yang berminat pada retorika dan berusaha untuk menghidupkan kembali adalah Peter Ramus (1515 - 1572 M). Ia berhasil membagi retorika menjadi dua bagian utama yaitu bagian pertama, *inventio* dan *dispositio* yang merupakan bagian dari logika, sementara itu retorika berkaitan dengan *elocutio* dan *pronuntiatio*.

3. Persuasi pada Zaman Modern

Persuasi pada zaman modern berakar dari zaman Renaissance. Ada pun tokoh yang berperan dalam menghubungkan antara Renaissance dengan retorika modern adalah Roger Bacon (1214 - 1219). Salah satu pemikiran yang sangat penting dalam studi retorika, adalah penguasaan pengetahuan tentang proses psikologis. Dalam retorika, semestinya menggunakan rasio dan imajinasi untuk menggerakkan kemauan audiens secara lebih baik. Adapun rasio, imajinasi, dan kemauan merupakan aspek-aspek psikologis yang sangat penting dalam retorika.

Tokoh yang mengkaji retorika secara ilmiah berikutnya adalah George Campbell (1719 - 1796). Ia menelaah dengan tekun karya-karya Aristoteles, Cicero, dan Quintillianus melalui suatu pendekatan yang disebut dengan *pendekatan psikologis fakultas* yakni pendekatan yang berusaha untuk menjelaskan sebab-sebab perilaku manusia pada kemampuan jiwa manusia yaitu pemahaman, memori, imajinasi, perasaan, dan kemauan. Menurut Campbell, retorika harus diarahkan pada



upaya-upaya untuk mencerahkan pemahaman, menyenangkan imajinasi, menggerakkan perasaan, dan memengaruhi kemauan (Rakhmat, 1994:10). Perjalanan selanjutnya, Richard Whately (1787 - 1863 M) merupakan orang yang menaruh minat untuk mengembangkan lebih jauh karya-karya yang dirintis oleh Campbell. Ia menekankan pada aspek argumentasi sebagai fokus dari retorika. Menurutnya, retorika harus mengajarkan cara-cara mencari organisasi yang tepat serta mengorganisasikannya sebaik mungkin. Ia juga sama seperti Campbell, sangat menekankan pentingnya menelaah proses berpikir khalayak. Dalam konteks ini, bisa dikatakan bahwa retorika yang dikembangkan Campbell dan Whately lebih berorientasi pada khalayak (*audience centered*) yang merupakan orientasi aliran kaum epistemologis.

Selain warna retorika yang diajarkan Campbell dan Whately, yang lebih berorientasi pada khalayak (*audience centered*), ada pula aliran yang lainnya, yang disebut dengan *belles lettres* (tulisan yang indah, Bahasa Perancis). Aliran ini lebih menekankan aspek keindahan bahasa, segi-segi estetis pesan, juga kadang-kadang mengabaikan aspek informatif. Salah seorang pendukung aliran ini adalah Hugh Blair (1718 - 1800 M) yang menulis buku, dengan judul *Lectures on Rhetoric and Belles Lettres*. Dalam buku ini, Blair menjelaskan tentang hubungan antara retorika, sastra, dan kritik (Rakhmat, 1994:13). Berdasarkan hubungan ketiga aspek tersebut, kemudian Blair memperkenalkan istilah “fakultas citarasa” yaitu kemampuan untuk memperoleh kenikmatan dari pertemuan apa pun yang indah. Citarasa akan mencapai kesempurnaan manakala kenikmatan inderawi dipadukan dengan rasio, dan rasio dapat menjelaskan sumber-sumber kenikmatan tersebut.

Selain kedua aliran yang telah disebutkan, ada pula aliran lainnya, yang disebut dengan gerakan Elokusionis, yang lebih menekankan pada aspek teknik penyampaian pidato. Salah seorang tokoh aliran ini, Gilbert Austin (1753 - 1837 M) mengemukakan bahwa dalam praktik berpidato seseorang harus mengarahkan matanya langsung kepada pendengar, serta Ia harus dapat menjaga ketenangannya. Tokoh lainnya adalah James Burgh (1714- 1775 M), yang menuangkan pemikirannya tentang retorika ke dalam buku *Political Disquisitions* dan buku *The Art of Speaking*.

Aliran atau gerakan Elokusionis telah menjadi pelopor dalam pengembangan retorika secara empiris. Retorika menemukan keilmiahannya, dengan adanya penelitian empiris yang dilakukan penganut gerakan ini. Hal ini berlanjut sampai saat ini dimana retorika dapat memanfaatkan ilmu-ilmu perilaku, seperti psikologi dan sosiologi untuk pengembangan kajiannya.



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Robert B. Cialdini (2000), berdasarkan hasil kajiannya tentang “kepatuhan”, menyimpulkan bahwa terdapat 6 kegiatan dasar yang dapat memengaruhi naluri manusia. Coba Anda jelaskan masing-masing aspek tersebut!
- 2) Demosthenes merupakan orang yang telah menciptakan gaya berbicara yang berbeda dengan para pendahulunya. Coba Anda kemukakan apa saja perbedaan-perbedaan tersebut!
- 3) Aristoteles (384 - 322 SM) mengkaji retorika secara ilmiah. Hasil yang dicapainya, adalah buku *De Arte Rhetorica*, yang terdiri atas tiga jilid. Lima Hukum Retorika (*The Five Canons of Rhetoric*), yang sampai saat ini masih aktual, merupakan buah dari hasil pemikiran Aristoteles dan ahli retorika klasik pada waktu itu. Coba Anda kemukakan, kemudian jelaskan kelima hukum retorika yang dikemukakan Aristoteles tersebut!
- 4) Abad pertengahan (400 - 1400 SM) merupakan abad kegelapan bukan saja bagi peradaban manusia, namun juga bagi retorika. Pada saat itu, retorika mengalami kemunduran yang luar biasa. Apa saja yang terjadi? Jelaskan!
- 5) Persuasi pada zaman modern berakar dari zaman Renaissance. Adapun tokoh yang berperan dalam menghubungkan antara Renaissance dengan retorika modern adalah Roger Bacon (1214 - 1219). Coba Anda kemukakan pemikiran-pemikiran tentang retorika dari Roger Bacon!

Petunjuk Jawaban latihan

- 1) (a) *Reciprocity*, yang berkaitan dengan kecenderungan seseorang akan membalas kebaikan yang diberikan orang lain, (b) *Commitment and consistency*, ketika secara naluriah, seseorang akan memperlihatkan konsistensi dan komitmen sikapnya terhadap apa yang diyakininya, (c) *social proof*, yang memperlihatkan kondisi ketika orang akan merasa aman dan nyaman untuk melakukan sesuatu manakala hal itu sebelumnya telah dilakukan orang lain, (d) *Liking*, berkaitan dengan kondisi ketika

- orang cenderung melakukan sesuatu yang dibutuhkan oleh orang yang Ia sukai dan orang lain itu menyukainya, (e) *Authority*, yang memperlihatkan kecenderungan orang akan mempercayai orang lain yang Ia anggap memiliki otoritas, dan (f) *Scarcity*, yang memperlihatkan kecenderungan orang untuk mengejar sesuatu yang unik atau langka dan jarang ditemui.
- 2) Gaya berbicaranya jelas dan keras, tidak berbunga-bunga. Ia pun telah berhasil menggabungkan antara narasi, argumentasi, dan cara penyampaian.
 - 3) *Inventio* (penemuan), *dispositio* (penyusunan), *elocutio* (gaya), *memoria* (memori), dan *pronuntiatio* (penyampaian).
 - 4) Retorika tersingkir ke belakang, karena para kaisar tidak senang mendengar orang yang pandai berbicara (Rakhmat, 1994:10). Selama berlangsungnya abad pertengahan di Eropa, warisan peradaban Yunani dan Romawi diabaikan, termasuk retorika.
 - 5) Dalam studi retorika, sangat penting untuk menguasai pengetahuan tentang proses psikologis. Dalam retorika, semestinya menggunakan rasio dan imajinasi untuk menggerakkan kemauan audiens secara lebih baik. Adapun rasio, imajinasi dan kemauan merupakan aspek-aspek psikologis yang sangat penting dalam retorika.



RANGKUMAN

Manusia hadir di dunia dibekali dengan kemampuan yang luar biasa, yang taraf kecanggihannya tidak dapat ditandingi oleh makhluk-makhluk ciptaan Tuhan lainnya. Kemampuan itu adalah “berbicara”. Setiap manusia dalam kehidupan sehari-harinya senantiasa berupaya untuk saling memengaruhi. Siapa yang dipengaruhi dan siapa yang memengaruhi merupakan sebuah kondisi yang akan tergantung pada banyak faktor.

Banyak peristiwa yang terjadi di sekitar manusia yang menuntut adanya orang berbicara. Peristiwa upacara-upacara ritual, perkawinan, kelahiran, kematian, pengambilan keputusan, dan lain-lain tidak berjalan dengan sendirinya, tanpa adanya orang yang berbicara. Kenyataannya, orang yang sanggup berbicara dengan baik pada peristiwa-peristiwa tersebut adalah para pemimpin atau tokoh yang menjadi panutan masyarakatnya.

Peradaban manusia, melalui peristiwa-peristiwa yang dramatis, dibangun oleh kemampuan orang-orang tertentu dalam berpidato dan

berbicara untuk memengaruhi orang lain (persuasi). Perkembangan persuasi bisa dilacak dari zaman Yunani dan Romawi kuno.

Risalah Isocrates telah banyak mengilhami tokoh-tokoh retorika dan persuasi sepanjang zaman, seperti, Cicero, Milton, Masillon, Jermy Taylor, Edmund Burke, dan lain-lain.

Plato (428-348 SM) dengan dasar pemikiran bahwa retorika itu sebenarnya mengarahkan manusia pada hakikatnya maka ia mengembangkan pemikirannya tentang dasar-dasar retorika ilmiah dan psikologi khalayak.

Aristoteles (384-322 SM) melanjutkan minat gurunya, mengkaji retorika secara ilmiah. Hasil yang dicapainya adalah buku *De Arte Rhetorica*, yang terdiri atas tiga jilid. Lima Hukum Retorika (*The Five Canons of Rhetoric*), yang sampai saat ini masih aktual, merupakan buah dari hasil pemikiran Aristoteles dan ahli retorika klasik pada waktu itu. Lima Hukum Retorika (*The Five Canons of Rhetoric*) adalah *inventio* (penemuan), *dispositio* (penyusunan), *elocutio* (gaya), *memoria* (memori), dan *pronuntiatio* (penyampaian).

Cicero (106 - 43 SM) merupakan negarawan dan cendekiawan yang hidup pada zaman Romawi, yang tertarik dan mengembangkan lebih jauh hasil karya Hortensius. Menurut Cicero, apa yang dihasilkan dari sebuah pidato akan baik ketika yang berpidato tersebut juga orang baik atau *The good man speaks well*.

Abad pertengahan (400-1400 SM) merupakan abad kegelapan bukan saja bagi peradaban manusia, namun juga bagi retorika. Renaissance merupakan momen ketika peradaban Yunani mulai dilirik kembali. Salah seorang tokoh yang berminat pada retorika dan berusaha untuk menghidupkan kembali adalah Peter Ramus (1515 - 1572 M).

Persuasi pada zaman modern berakar dari zaman Renaissance. Ada pun tokoh yang berperan dalam menghubungkan antara Renaissance dengan retorika modern adalah Roger Bacon (1214-1219). George Campbell (1719 - 1796), menelaah dengan tekun karya-karya Aristoteles, Cicero, dan Quintillianus melalui suatu pendekatan yang disebut dengan *pendekatan psikologis fakultas*.

Gilbert Austin (1753-1837 M) mengemukakan bahwa dalam praktik berpidato seseorang harus mengarahkan matanya langsung kepada pendengar, serta ia harus dapat menjaga ketenangannya. Tokoh lainnya adalah James Burgh (1714-1775 M), yang menuangkan pemikirannya tentang retorika ke dalam buku *Political Disquisitions* dan buku *The Art of Speaking*.

**TES FORMATIF 1** _____

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Manusia hadir di dunia dibekali dengan kemampuan yang luar biasa, yang taraf kecanggihannya tidak dapat ditandingi oleh makhluk-makhluk ciptaan Tuhan lainnya. Kemampuan itu adalah....
 - A. berbicara
 - B. berjalan
 - C. berkembang biak
 - D. berenang

- 2) Penelitian membuktikan bahwa 75% dari waktu bangun manusia, berada dalam kegiatan komunikasi. Sebagian besar dari kegiatan komunikasi tersebut dilakukan secara...
 - A. tertulis
 - B. visual
 - C. lisan
 - D. nonverbal

- 3) Persuasi merupakan tema yang dominan dalam kajian retorika, sejak zaman Yunani Kuno. Kemampuan untuk berbicara dan meyakinkan orang (di depan dewan juri di pengadilan) merupakan tuntutan yang harus dipenuhi oleh warga masyarakat Syracuse (sebuah koloni Yunani di Pulau Sicilia), ketika mereka akan mempertahankan hak atas tanah yang diambil paksa oleh pemerintah yang tirani. Pernyataan tersebut dikemukakan oleh ...
 - A. Isocrates
 - B. Hogan
 - C. Rogers Bacon
 - D. George Campbell

- 4) Corax berupaya untuk membantu masyarakat Syracuse yang tertindas untuk mendapatkan hak atas tanahnya dengan melatih mereka agar mampu berbicara di depan dewan juri. Tulisan Corax yang terkenal adalah....
 - A. *The Five Canons of Rhetoric* (Lima Hukum Retorika)
 - B. *Sophistai* (Guru kebijaksanaan)
 - C. *The Art of Speaking*
 - D. *Techne Logon* (seni kata-kata)

- 5) Buku *De Arte Rhetorica* merupakan hasil karya
- A. Aristoteles (384 - 322 SM)
 - B. Socrates (469 - 399 SM)
 - C. Cicero (106 - 43 SM)
 - D. James Burgh (1714- 1775 M)
- 6) Aristoteles (384-322 SM) telah berhasil mengembangkan retorika dengan memunculkan Lima Hukum Retorika (*The Five Canons of Rhetoric*), yang sampai saat ini masih aktual. Lima hukum itu adalah: *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria*, dan ...
- A. *persuasio*
 - B. *pronuntiatio*
 - C. *techne logon*
 - D. *adherrenium*
- 7) Cicero (106 - 43 SM) merupakan negarawan dan cendekiawan yang hidup pada zaman Romawi. Menurut Cicero, apa yang dihasilkan dari sebuah pidato akan baik ketika yang berpidato tersebut juga orang baik pula, atau ...
- A. *The orator is the leaders*
 - B. *The clever man write well*
 - C. *The good man speaks well*
 - D. *The leader have power*
- 8) Salah seorang tokoh yang berminat pada retorika dan berusaha untuk menghidupkan kembali pada zaman Renaissance adalah ...
- A. Roger Bacon (1214 - 1219)
 - B. Cicero (106 - 43 SM)
 - C. Aristoteles (384 - 322 SM)
 - D. Peter Ramus (1515 - 1572 M)
- 9) George Campbell (1719 - 1796) menelaah dengan tekun karya-karya Aristoteles, Cicero, dan Quintillianus melalui suatu pendekatan yang disebut pendekatan...
- A. retorika
 - B. persuasif
 - C. psikologis fakultas
 - D. naratif

- 10) Aliran *belles lettres* (tulisan yang indah) lebih menekankan aspek keindahan bahasa, segi-segi estetis pesan, juga kadang-kadang mengabaikan aspek informatif. Salah seorang pendukung aliran ini adalah Hugh Blair (1718 - 1800 M) yang menulis buku, dengan judul ...
- Lectures on Rhetoric and Belles Lettres*
 - The art of Speaking*
 - Political Disquisitions*
 - Institutio Oratoria*

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 1 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 1.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali
 80 - 89% = baik
 70 - 79% = cukup
 < 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan Kegiatan Belajar 2. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 1, terutama bagian yang belum dikuasai.

KEGIATAN BELAJAR 2

Komunikasi dan Persuasi sebagai Ilmu (*Science*)

Komunikasi merupakan proses sosial yang sangat mendasar. Oleh karena itu, dalam mempelajari komunikasi, kita sebenarnya mendalami sesuatu yang sudah tua sekali dan sangat besar kekuasaannya. Kita mendalami sesuatu yang merupakan dasar bagi semua hubungan antarmanusia serta semua perubahan sosial (Kincaid dan Schramm, 1985).

Ilmu komunikasi dibangun oleh berbagai disiplin ilmu lain seperti sosiologi, antropologi, psikologi, ekonomi, politik, sibernetika dan kelistrikan, matematika, dan lain-lain. Konsekwensinya, selain kaya dengan konsep-konsep, ilmu komunikasi pun kaya akan definisi. Dance (1970) telah menghimpun definisi komunikasi dari berbagai perspektif seperti mekanistik, sosiologistik, dan psikologistik yang jumlahnya tidak kurang dari 98 definisi. (Rakhmat, 1986).

Untuk lebih memahami bahwa komunikasi itu merupakan sebuah ilmu pengetahuan (*science*), marilah kita simak, pemikiran yang diungkapkan Little John dan Foss (2009) sebagai berikut.

Komunikasi sebenarnya telah diteliti secara sistematis sejak zaman dahulu. W. Barnett Pearce mengemukakan bahwa perkembangan ilmu komunikasi merupakan sebuah “penemuan revolusioner” yang sebagian besar disebabkan oleh meningkatnya berbagai teknologi komunikasi seperti radio, televisi, telepon, satelit, dan jaringan komputer. Yang sejalan dengan meningkatnya industrialisasi, bisnis besar, dan politik global. Dengan demikian maka dapat kita rasakan bahwa komunikasi mendapat posisi yang penting dalam kehidupan manusia.

Posisi komunikasi semakin kuat ketika para pakar mulai melirik dan tertarik untuk mengkaji komunikasi lebih jauh melalui penelitian. Setelah perang Dunia I, perhatian terhadap teknologi komunikasi dan pemikiran kritis tentang komunikasi semakin besar. Komunikasi menjadi topik yang senantiasa dibahas dan dibicarakan. Komunikasi menjadi subjek yang populer di abad 20. Dalam pembicaraan yang mengemuka, eksistensi komunikasi dikaitkan dengan kemajuan dan pragmatisme yang merangsang keinginan untuk memajukan masyarakat melalui perubahan sosial yang luas. Kecenderungan

tersebut mendasari komunikasi dengan kuat dalam sejarah intelektual Amerika Serikat selama abad ke-20. Dalam abad ini, Amerika berusaha untuk memajukan teknologi dan masyarakat, memerangi tirani dan menyebarkan kapitalisme. Dalam kondisi demikian, komunikasi merupakan aspek yang sangat penting dan strategis. Komunikasi sangat menyolok dalam aktivitas propaganda dan pembentukan opini publik. Demikian pula peran media sangat besar dalam komersialisasi produk melalui pemasaran dan periklanan.

Setelah Perang Dunia II, perkembangan ilmu komunikasi semakin pesat. Perhatian terhadap persuasi dan pengambilan keputusan dalam kelompok menjadi sangat besar. Bukan hanya ilmuwan yang tertarik, tetapi juga masyarakat luas. Hal ini dipicu oleh penggunaan propaganda yang meluas selama perang untuk menyebarkan ideologi rezim penindas. Demikian pula dengan berbagai penelitian komunikasi, menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dipicu oleh minat pragmatis dari apa yang dapat diraih oleh komunikasi dan hasil-hasil yang diperlihatkannya. Pada akhirnya, komunikasi dipandang sebagai elemen yang menyusun kehidupan manusia dan kemanusiaan.

Ketika komunikasi menjadi sebuah ilmu tersendiri, organisasi-organisasi yang mendukung perkembangan ilmu tersebut mulai didirikan, seperti National Communication Association, International Communication Association, termasuk juga asosiasi regional dan khusus. Demikian pula, publikasi-publikasi ilmiah seperti jurnal, turut pula membantu dalam menyebarkan pemahaman dan pengertian komunikasi dengan segala aspek yang termuat didalamnya.

Ternyata bahwa dalam perkembangan selanjutnya, ilmu komunikasi mengambil bentuk-bentuk dan arahan yang berbeda. Sebagai contoh, sejarah perkembangan ilmu komunikasi di Eropa, Asia, Afrika dan Amerika, memperlihatkan adanya perbedaan dalam penggunaan metode penelitian, misalnya. Di AS, para ilmuwan meneliti dengan menggunakan metode kuantitatif. Mereka berupaya untuk menempatkan ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial. Di Eropa, penelitian komunikasi lebih menitikberatkan pada aspek kritikal dan kultural. Aspek lainnya yang perlu juga dikemukakan adalah terkait dengan bentuk teori komunikasi. Teori-teori komunikasi yang berkembang di Barat, cenderung mengukur bagian-bagian tanpa harus memperhatikan integrasi dasar atau penggabungan bagian-bagian tersebut. Sementara itu, teori-teori komunikasi yang berkembang di Timur, cenderung fokus pada keutuhan dan persatuan. Teori-teori Barat juga

cenderung didominasi oleh pandangan individualisme, yang berasumsi bahwa semua orang dianggap berhati-hati dan aktif untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi. Ada pun teori-teori komunikasi dari Timur cenderung memandang komunikasi sebagai hasil rangkaian kejadian yang tidak direncanakan dan terjadi secara alami.

Perbedaan pandangan tentang komunikasi antara Barat dan Timur juga disebabkan oleh adanya perbedaan pandangan terhadap bahasa. Di Timur, misalnya suatu ucapan, yang merupakan simbol verbal, tidak terlalu diutamakan, bahkan dipandang skeptis. Demikian pula, pola pikir yang bersifat rasional dan penggunaan logika, tidak begitu dipercaya di Timur. Hubungan antarmanusia, dipandang berbeda pada kedua sisi (Timur dan Barat). Dalam pola pikir Barat, hubungan ada di antara dua atau lebih individu, sementara di Timur, hubungan cenderung lebih rumit dan kontekstual, yang berkembang berdasarkan peranan posisi sosial, status, dan kekuatan. Namun demikian, Little John (2009) menyimpulkan bahwa komunikasi sangatlah luas sehingga tidak dapat diikat atau dibatasi dalam sebuah paradigma tunggal.

Robert T Craig, terkait dengan visi teori komunikasi mengemukakan bahwa komunikasi tidak akan pernah menyatu dalam sebuah teori tunggal ataupun kelompok teori. Teori akan senantiasa mencerminkan perbedaan gagasan praktis mengenai komunikasi dalam kehidupan yang umum dan luas sehingga kita akan senantiasa dihadapkan pada adanya keragaman pilihan. Craig lebih jauh menekankan bahwa kita harus mencari jenis hubungan yang berbeda, berdasarkan pemahaman umum mengenai kesamaan dan perbedaan, atau titik-titik tekanan di antara teori-teori, dan sebuah komitmen untuk mengatur tekanan di antara teori-teori tersebut melalui dialog.

Komunikasi merupakan proses utama ketika kehidupan kemanusiaan dijalani. Demikian kesimpulan Craig tentang komunikasi sebagai sebuah metamodel. Selanjutnya, Ia mengatakan bahwa ketika manusia dapat mengomunikasikan pengalamannya maka Ia sebenarnya membentuk atau menyusun pengalamannya juga. Banyak bentuk pengalaman yang dihasilkan dalam banyak bentuk komunikasi. Pengalaman manusia berubah dari satu kelompok ke kelompok lainnya, dari suatu keadaan ke keadaan lainnya, dari satu jangka waktu ke jangka waktu lainnya. Hal ini disebabkan komunikasi itu sendiri bersifat dinamis terhadap banyak situasi. Jadi, "Komunikasi ... bukanlah fenomena sekunder yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor psikologis, sosiologis, kultural atau ekonomi, tetapi komunikasi itu sendiri merupakan proses sosial yang utama dan mendasar, yang menjelaskan semua

faktor lainnya”, demikian Craig menyimpulkan tentang eksistensi komunikasi sebagai sebuah bidang kajian komunikasi.

Komunikasi persuasif merupakan salah satu bagian dari ilmu komunikasi. Persuasi merupakan studi tentang efek komunikasi (Fotheringham, 1966). Untuk meyakinkan Anda bahwa komunikasi persuasi itu merupakan *science*, marilah kita bahas aspek-aspek yang merupakan komponen ilmu, lalu kemudian kita kaitkan dengan memosisikan komunikasi persuasi sebagai *science*.

1. Pengertian Ilmu (*Science*)

Agar kita merasa yakin bahwa komunikasi persuasif itu merupakan suatu ilmu (*science*) maka terlebih dahulu kita harus mengingat kembali pengertian ilmu dan konsep-konsepnya, serta bagaimana filsafat ilmu tersebut.

Ilmu (*science*) adalah "(1) penyelidikan yang sistematis dan non-personal untuk menguji dan membuktikan pengetahuan. (2) Suatu kerangka ilmu pengetahuan yang disistematisasikan, yang terhimpun melalui observasi dan pengukuran yang cermat dan teliti terhadap berbagai fenomena atau peristiwa-peristiwa (Kartono dan Gulo, 1987:435).

Nazir (1988:9) mendefinisikan ilmu sebagai, (1) pengetahuan yang bersifat umum dan sistematis, yang dapat menyimpulkan dalil-dalil tertentu menurut kaidah-kaidah yang umum, (2) pengetahuan yang sudah dicoba dan diatur serta menyeluruh dan sistematis". Pengertian ilmu, juga dikemukakan oleh Maranon (1953 dalam Nazir, 1988) bahwa " ilmu mencakup lapangan yang sangat luas, menjangkau semua aspek tentang progres manusia secara menyeluruh. Termasuk di dalamnya pengetahuan yang telah dirumuskan secara sistematis melalui pengamatan dan percobaan yang terus menerus, yang telah menghasilkan penemuan kebenaran yang bersifat umum".

Verhaak dan Imam (1991:12) memberikan deskripsi tentang ilmu pengetahuan sebagai berikut. "Ilmu pengetahuan dicirikan sebagai usaha untuk mengumpulkan hasil ilmu pengetahuan secara teratur dan sistematis, berkat adanya refleksi. Pengungkapan hasil itu terjadi dalam macam-macam model, yang dapat digolongkan menjadi dua model dasar, yaitu model aposteriori dan model apriori".

Anshari (1987), berdasarkan kajiannya dari pemikiran-pemikiran para ahli dari berbagai zaman dan negara menyimpulkan pengertian ilmu pengetahuan (*science*) sebagai berikut. (a) Ilmu pengetahuan adalah semacam pengetahuan yang mempunyai ciri, tanda, dan syarat tertentu yaitu sistematis,

rasional, empiris, umum, dan kumulatif. Ilmu pengetahuan itu merupakan lukisan dan keterangan yang lengkap dan konsisten mengenai hal-hal yang dipelajari dalam ruang dan waktu sesuai dengan jangkauan pemikiran dan penginderaan manusia. (b) Ilmu pengetahuan adalah usaha pemahaman manusia yang disusun dalam satu sistem mengenai kenyataan, struktur, pembagian, bagian-bagian, dan hukum-hukum tentang hal-ikhwal yang diselidiki (alam, manusia, dan agama) sesuai dengan jangkauan daya pemikiran yang dibantu penginderaan manusia itu, yang kebenarannya dapat diuji secara empiris, riset, dan eksperimental.

Masih banyak definisi konsep tentang ilmu atau *sciences* tersebut. Namun, untuk keperluan kita dalam mengkaji persuasi sebagai ilmu, cukuplah memadai beberapa definisi tersebut.

Bertolak dari beberapa definisi tentang ilmu yang telah dikemukakan maka dapat disimpulkan bahwa ilmu pengetahuan adalah "Pengetahuan (*knowledge*) yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang disusun secara sistematis, rasional, empiris, umum, dan kumulatif tentang fenomena alam dan sosial yang menjadi fokus perhatian".

Bertolak dari konsep ilmu yang telah dikemukakan, lalu apa ciri-ciri dari ilmu pengetahuan itu? Apa kaidah-kaidahnya? Apa tujuannya? Untuk menjawab hal tersebut, berikut akan dikemukakan aspek-aspek tersebut secara singkat.

2. Ciri-ciri *Science*

Dalam kehidupannya, manusia seringkali dihadapkan pada permasalahan-permasalahan yang mendorong Ia untuk berpikir dan melakukan sesuatu. Untuk itu, Ia berupaya mengumpulkan berbagai informasi dari berbagai sumber. Ia pun kadangkala mencoba sendiri berdasarkan intuisinya untuk memecahkan persoalan tersebut. Seorang petani ketika tanaman padinya diserang hama wereng, Ia tidak tinggal diam. Ia secara alamiah berpikir. Ia mempertanyakan pada dirinya mengapa hal itu terjadi. Ia mereka-reka. Mungkin dari hasil pemikirannya, Ia menemukan suatu cara atau mengingat kembali cara-cara yang telah dilakukan orang tuanya dahulu dalam menghadapi masalah yang serupa atau harus bertanya kepada orang lain yang dianggapnya telah mengetahui cara-cara penanggulangan hama wereng. Jika petani tadi bertanya kepada penyuluh pertanian, dan penyuluh tersebut mengetahui cara-cara pemberantasan hama wereng berdasarkan hasil penelitian para ahli di bidangnya maka pengetahuan yang diperoleh petani

tersebut merupakan pengetahuan ilmiah. Sebaliknya, jika Ia mencoba-coba atau mengikuti pengalaman leluhurnya, hal itu merupakan pengetahuan tak ilmiah. Lalu apa yang membedakan antara pengetahuan ilmiah dan tak ilmiah?

Seperti telah dikemukakan bahwa ilmu pengetahuan merupakan akumulasi pengetahuan yang telah disistematisasi dan diorganisasi sedemikian rupa sehingga memenuhi asas pengaturan secara prosedural, metodologis, teknis, dan normatif akademis. Oleh karena itu, ilmu pengetahuan itu teruji kebenaran ilmiahnya sehingga memenuhi kesahihan dan validitas ilmu, dan secara ilmiah dapat dipertanggungjawabkan (Atmadilaga, 1990). Pengetahuan tak ilmiah diperoleh berdasarkan naluriiah, tanpa metode, intuitif, dan tidak sistematis.

Secara umum, ciri-ciri ilmu pengetahuan itu antara lain (Nagel, 1961; Kerlinger, 1973, dalam Rakhmat, 1984).

- a. Ilmu diorganisasi dan diklasifikasi dari pengetahuan berdasarkan penjelasan.
Jadi, melalui ilmu, kondisi-kondisi yang menentukan suatu fenomena dan atau peristiwa dieksplorasi dan dirumuskan. Misalnya, efektivitas komunikasi seseorang ditentukan oleh faktor-faktor pemahaman, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan (Tubbs dan Moss, 1996).
- b. Ilmu berupaya untuk menjelaskan cakupan atau batasan istilah yang dipergunakan dan memperjelas secara khusus kaitan antara istilah-istilah tersebut. Hal ini berarti bahwa makna atau kelompok hal yang ditunjukkan istilah dibatasi secara jelas dan tajam. Selain itu, hubungan di antara istilah atau konsep dirumuskan secara tepat dan cermat. Misalnya, salah satu faktor dari efektivitas komunikasi adalah pemahaman. Pemahaman didefinisikan sebagai "penerimaan yang cermat atas kandungan rangsangan seperti yang dimaksudkan oleh pengirim pesan (Tubbs dan Moss, 1996). Pemahaman tersebut dikategorikan menjadi berbagai tingkatan seperti sangat paham, paham, cukup paham, kurang paham, dan tidak paham, yang masing-masing tingkatan didasarkan pada skor tertentu.
- c. Kecermatan ilmu diungkapkan dalam bentuk nilai bilangan pada gejala yang diteliti (kuantifikasi). Walaupun tidak selamanya demikian, ilmu berupaya menyampaikan fenomena seobjektif mungkin dengan

menggunakan bilangan-bilangan yang relevan, misalnya melalui indeks, skor, ukuran-ukuran statistik, dan lain-lain.

- d. Ilmu dalam mempertahankan kesahihannya, senantiasa memperhatikan variabel kontrol. Maksudnya, dalam mempertahankan kesahihannya, secara sistematis diupayakan untuk menghilangkan turut sertanya variabel-variabel yang lain yang menjadi faktor penyebab terjadinya suatu fenomena. Misalnya, dalam menganalisis krisis moneter hingga menjadi krisis ekonomi di Indonesia, seorang peneliti ekonomi akan menganalisis berbagai kemungkinan. Mungkin karena inflasi, mungkin karena depresi, mungkin karena tingkat pengangguran yang tinggi, dan lain-lain. Ia akan terus mengontrol berbagai variabel yang menyebabkan krisis tersebut, sehingga akhirnya ditemukan variabel utama penyebab krisis tersebut.
- e. Ilmu dalam menjelaskan gejala-gejala yang diamatinya, senantiasa berusaha menghindari penjelasan yang bersifat metafisik. Maksudnya, ilmu senantiasa menghindari penjelasan-penjelasan yang tidak rasional, yang tidak masuk akal, yang bersifat mistik seperti memakan pisang paling pinggir dapat menyebabkan kesialan, rumah menghadap timur kurang baik karena menghambat rizki, menanam pohon bugenville dapat menyebabkan anak gadis penghuni rumah telat atau sukar jodoh, dan lain-lain. Lalu, bagaimana ilmu pengetahuan dapat berdiri untuk mempertahankan eksistensinya? Hal ini didasarkan atas kaidah-kaidah yang dipegangnya.

3. Kaidah-kaidah *Science*

Menurut Rakhmat (1986), ilmu pengetahuan ditegakkan atas empat kaidah yaitu orde, determinisme, parsimoni, dan empirisme.

a. *Orde*

Orde atau tatanan merupakan hukum alam yang sangat dipercaya ilmu. Ilmu pengetahuan percaya bahwa alam dan segala isinya bersifat teratur, berpola, mengikuti hukum-hukum tertentu dan memiliki urutan yang teratur. Gravitasi atau gaya tarik bumi ada di setiap jengkal bumi sehingga besarnya gaya tarik bumi dapat diperhitungkan dalam membuat pesawat terbang. Pasang dan surutnya air laut terkait dengan perputaran bumi sehingga dapat diramalkan oleh nelayan kapan mereka akan melaut dan kapan tidak. Hidup manusia mengikuti siklus yang sama yaitu lahir, tumbuh, dan mati. Alam

menyajikan keteraturan sehingga konsekwensi logisnya, ilmu pengetahuan dapat menentukan hukum-hukumnya yang bersifat umum (generalisasi), berlaku di mana saja, di permukaan bumi.

b. *Determinisme*

Setiap peristiwa ada penyebabnya, ada penentunya, ada pendahulunya, dan ada determinannya. Ada hujan, pasti didahului oleh awan yang mengkristal yang disertai tiupan angin. Ada kematian pasti didahului oleh adanya kehidupan. Ada beras pasti didahului oleh proses penanaman padi, dan sebagainya. Setiap peristiwa, selain ada "penyebab" juga saling terkait atau saling berhubungan. Ilmu pengetahuan percaya akan adanya faktor penyebab dan faktor-faktor yang saling berkaitan. Oleh karena itu, penelitian ilmu pengetahuan baik alam maupun sosial terus berkembang, seolah-olah tidak ada hentinya.

c. *Parsimoni*

Kaidah ketiga ini berkaitan dengan generalisasi penemuan ilmiah. Kaidah ini mengatakan bahwa ilmu lebih menyukai penjelasan yang sederhana daripada penjelasan yang kompleks, bila kedua-duanya menjelaskan fakta yang sama. Selain itu, ilmu juga lebih menyukai penjelasan dengan fenomena yang lengkap daripada yang hanya terbatas pada fenomena tertentu. Hukum-hukum fisika dan kimia, menunjukkan secara nyata kaidah parsimoni tersebut. Dalam ilmu-ilmu sosial, walaupun sulit untuk membuat penjelasan sederhana dan membuat generalisasi, namun upaya-upaya ke arah itu terus menerus diusahakan oleh para ahli di bidangnya. Misalnya, efek terpaan film-film kekerasan di televisi terhadap agresivitas anak dalam interaksi sosial merupakan salah satu upaya untuk menggeneralisasikan ilmu sosial.

d. *Empirisme*

Kaidah keempat mengatakan bahwa ilmu pengetahuan diperoleh dari pengalaman yang konkrit. Titik tolak empirisme adalah pengalaman empiris yang ditangkap melalui pancaindra. Oleh karena itu, observasi dan eksperimen merupakan hal yang penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Observasi harus bersifat umum, artinya dapat dilakukan oleh orang lain, baik dalam konteks waktu, tempat, maupun cara melakukannya. Oleh karena itu, baik observasi maupun eksperimen harus dapat diulang, dan

dikerjakan oleh orang lain. Misalnya, penelitian tentang efek warna terhadap kecepatan membaca, selain dapat diuji di Indonesia, juga dapat diuji di AS.

4. Tujuan Science

Aristoteles, dalam kalimat pembukaan bukunya *Metaphysica* menulis "Segala manusia ingin mengetahui". Manusia diciptakan Tuhan dengan naluri serba ingin tahu. Verhaak dan Imam (1991:7) menjelaskan fenomena tersebut sebagai berikut.

Kesatuan asasi antara subjek dan objek dalam gejala pengetahuan manusia menjadi nampak dalam pengarahannya bawaan manusia untuk bertanya dan mencari tentang dirinya di dunia serta tentang dunia itu sendiri. Pertanyaan itu tiada batasnya, dan setiap jawaban menimbulkan pertanyaan lebih lanjut, lebih mendalam dan lebih menyeluruh lagi. Pengetahuan manusia itu terjadi sesuai dengan susunan kesatuan jiwa raganya yang bersifat rohani. Bentuk pengetahuan yang konkret maupun abstrak, partikular maupun universal, menjelma dalam bahasa. Bahasa itu sendiri menunjukkan bahwa manusia memasyarakat dan menyejarah dalam tradisi pengetahuan.

Menurut Rakhmat (1986) sebagaimana halnya juga pemikiran Verhaak dan Imam dan juga Aristoteles, tujuan pokok ilmu pengetahuan adalah memahami gejala-gejala alam, yang merupakan konsekuensi logis dari rasa ingin tahu manusia. Untuk memahami gejala-gejala alam tersebut ada tahapannya yaitu deskripsi gejala, penjelasan, dan pengorganisasian bukti-bukti empiris. Deskripsi gejala maksudnya adalah *proses menangkap gejala-gejala tertentu yang diamati, serta menentukan komponen atau unsur-unsur dari gejala tersebut*. Penjelasan merupakan *proses penjabaran kondisi-kondisi yang menentukan timbulnya suatu gejala tertentu*. Penjelasan, erat kaitannya dengan prediksi (peramalan). Semakin spesifik suatu penjelasan maka semakin cermat melakukan prediksi. Pengorganisasian bukti-bukti empiris maksudnya adalah *proses mengorganisasikan secara sistematis semua bukti-bukti empiris yang ada dalam satu kesatuan pengetahuan*. Hasil dari pengorganisasian tersebut merupakan pengetahuan ilmiah.

5. Argumen Persuasi Sebagai Science

Apakah persuasi merupakan suatu ilmu (*science*) atau bukan, kita harus menelusuri dari komponen-komponen dan syarat-syarat suatu ilmu. George P. Klubertanz (1955) menjelaskan bahwa setiap cabang ilmu khusus mempunyai

obyek sebenarnya, yang terbagi atas objek material dan objek formal. Objek material adalah *fenomena di alam semesta yang ditelaah oleh ilmu*. Objek formal adalah *pusat perhatian kajian ilmuwan ilmu tertentu terhadap gejala-gejala tertentu di alam semesta ini*. Objek material persuasi adalah manusia. Objek formalnya adalah proses memengaruhi orang lain melalui penyampaian pesan baik secara verbal maupun nonverbal, baik secara lisan maupun tulisan, dan secara sengaja maupun tidak disengaja.

Komponen yang kedua, bahwa persuasi itu merupakan suatu ilmu dapat dilihat dari komponen bentuk pernyataan. Bentuk pernyataan tersebut meliputi deskripsi, preskripsi, eksposisi pola, dan rekonstruksi historis (The Liang Gie, 1997). Deskripsi merupakan *kumpulan pernyataan yang memberikan penjelasan tentang bentuk, susunan, peranan, dan aspek-aspek detail lainnya dari fenomena yang dideskripsikan tersebut*. Dalam persuasi misalnya sistematika retorika Cicero merupakan suatu deskripsi tentang memengaruhi publik melalui pidato.

Komponen yang ketiga adalah preskripsi yakni *kumpulan pernyataan yang memberikan arahan-arahan dan ketentuan-ketentuan mengenai apa yang perlu dilakukan dalam hubungannya dengan suatu objek*. Dalam persuasi, hal ini dapat dilihat pada berbagai karya tentang cara-cara berpidato yang efektif, cara-cara menjual yang tepat, metode-metode memengaruhi orang lain, dan sebagainya.

Komponen yang keempat, menunjukkan bahwa persuasi itu merupakan suatu ilmu yang dapat dilihat dari unsur eksposisi pola. Eksposisi pola adalah *rangkuman tentang pernyataan-pernyataan yang memaparkan pola-pola dalam sekumpulan sifat, ciri, kecenderungan, atau proses lainnya dari gejala yang diamati*. Contoh dari komponen ini dalam persuasi, misalnya pola-pola perubahan sikap, pendapat, perilaku, dan sebagainya.

Komponen yang kelima, menunjukkan bahwa persuasi itu merupakan ilmu yang dapat dilihat dari aspek rekonstruksi historis. Rekonstruksi historis adalah rangkuman tentang pernyataan-pernyataan yang menggambarkan atau menceritakan dengan penjelasan atau berbagai argumentasi tentang suatu fenomena. Misalnya, sejarah perkembangan retorika, sejarah tentang kemampuan retorika Hitler, dan sebagainya.

Selain kelima komponen di atas, persuasi sebagai ilmu juga memiliki keragaman proposisi. Proposisi adalah *hubungan yang terbukti di antara berbagai variabel* (Rakhmat, 1984). Proposisi tersebut adalah asas, kaidah, dan teori (The Liang Gie, 1997).

Asas ilmiah adalah *sebuah proposisi yang mengandung kebenaran umum berdasarkan fakta-fakta yang telah diamati*. Sederhananya, asas ilmiah merupakan *pedoman dalam melakukan berbagai tindakan*. Misalnya, kredibilitas *persuader* ditentukan oleh faktor-faktor, dapat dipercaya, memiliki keahlian, sosiabilitas, dinamisme, koorientasi, karisma, dan sebagainya

Kaidah ilmiah adalah *sebuah proposisi yang mengungkapkan keajaiban atau hubungan tertib yang dapat diperiksa kebenarannya pada suatu fenomena, sehingga berlaku pula untuk fenomena-fenomena yang lain, yang sejenis*. George A. Theodorson dan Achilles G. Theodorson (dalam The Liang Gie, 1997) menjelaskan bahwa suatu kaidah seringkali diartikan sebagai suatu pernyataan prediktif dan universal. Prediktif berarti jika memang kondisi-kondisi tertentu itu ada maka hubungan di antara kondisi-kondisi itu dapat diramalkan.

Teori ilmiah, menurut The Liang Gie (1997) adalah "*Sekumpulan proposisi yang berkaitan secara logis untuk memberi penjelasan mengenai sejumlah fenomena*". Fred N. Kerlinger (1973) memberi batasan teori ilmiah (*Scientific Theory*) sebagai "*seperangkat konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang saling berelasi, yang menyajikan pandangan sistematis tentang gejala-gejala dengan menentukan hubungan-hubungan di antara variabel, dengan tujuan untuk menjelaskan dan memprediksi gejala-gejala tersebut*". Dalam persuasi, banyak teori-teori yang telah dibuat dan dikembangkan oleh para ahli, salah satu di antaranya adalah teori Persepsi Persuasi, yang menyatakan bahwa persuasi merupakan sebuah proses untuk menyusun kembali kategori-kategori perseptual berdasarkan isyarat-isyarat yang sudah terhimpun dari lingkungan dan nilai serta kebutuhan internalnya (Simons, 1976).

Persuasi sebagai ilmu, dicirikan oleh enam aspek berikut yakni sistematisasi, universal, rasionalitas, objektivitas, verifikasiabilitas, dan komunalitas. Sistematis berarti bahwa *persuasi mengandung keterkaitan yang sistematis dengan fakta-fakta*. Persuasi disusun menjadi semacam sistem yang memiliki bagian-bagian yang penting dan hubungan-hubungan yang bermakna. Jadi, *persuasi merupakan pengetahuan ilmiah yang berwujud sekumpulan proposisi sistematis, yang terkandung dalam pernyataan-pernyataan yang benar*.

Universal atau keumuman, maksudnya *persuasi itu dapat merangkum fenomena-fenomena yang luas, dan dalam pembahasannya dapat berlaku di mana pun*. Rasionalitas, berarti bahwa *persuasi merupakan pengetahuan*

ilmiah yang bersumber pada pemikiran rasional, yang mematuhi kaidah-kaidah logika.

Objektivitas, maksudnya *persuasi itu merupakan ilmu pengetahuan yang bersifat antarpribadi, karena persuasi tersebut telah teruji kebenarannya, dapat diterima secara umum dan menjadi kesepakatan rasional. Verifiabilitas atau pemeriksaan kemampuan kebenarannya, yakni persuasi sebagai ilmu dapat diterima kebenarannya, dapat diselidiki kebenarannya, dan dapat dikaji serta diuji ulang oleh ilmuwan lainnya untuk membuktikan kebenarannya. Communalitas atau kemampuan menjadi milik umum, maksudnya persuasi itu merupakan pengetahuan yang menjadi milik umum, science is public knowledge.*



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Komunikasi merupakan proses sosial yang sangat mendasar. Mengapa demikian? Kemukakan argumentasi Saudara!
- 2) Persuasif sebagai ilmu pengetahuan (*science*) memiliki beberapa kriteria. Coba Anda sebutkan masing-masing kriteria tersebut, lalu jelaskanlah!
- 3) Persuasi sebagai ilmu pengetahuan (*science*) ditegakkan atas empat kaidah yaitu orde, determinisme, parsimoni, dan empirisme. Coba Anda bahas masing-masing aspek tersebut!
- 4) Tujuan pokok persuasi sebagai ilmu pengetahuan adalah memahami gejala-gejala alam, yang merupakan konsekwensi logis dari rasa ingin tahu manusia. Untuk memahami gejala-gejala alam tersebut ada tahapannya yaitu deskripsi gejala, penjelasan, dan pengorganisasian bukti-bukti empiris. Coba Anda jelaskan masing-masing tahapan tersebut!
- 5) Persuasi sebagai ilmu, dicirikan oleh enam aspek, yakni sistematisasi, universal, rasionalitas, objektivitas, verifiabilitas, dan komunalitas. Coba Anda jelaskan masing-masing aspek tersebut!

Petunjuk Jawaban latihan

- 1) Dalam memelajari komunikasi, kita sebenarnya mendalami sesuatu yang sudah tua sekali dan sangat besar kekuasaannya. Kita mendalami sesuatu

yang merupakan dasar bagi semua hubungan antarmanusia serta semua perubahan sosial (Kincaid dan Schramm, 1985).

- 2) Ciri-ciri persuasi sebagai ilmu pengetahuan (*science*) itu antara lain sebagai berikut. (a) Persuasi sebagai ilmu diorganisasi dan diklasifikasi dari pengetahuan berdasarkan penjelasan. (b) Persuasi sebagai ilmu berupaya untuk menjelaskan cakupan atau batasan istilah yang dipergunakan dan memperjelas secara khusus kaitan antara istilah-istilah tersebut. (c) Kecermatan persuasi sebagai ilmu diungkapkan dalam bentuk nilai bilangan pada gejala yang diteliti (kuantifikasi). (d) Persuasi sebagai ilmu dalam mempertahankan kesahihannya, senantiasa memperhatikan variabel kontrol. Maksudnya, dalam mempertahankan kesahihannya, secara sistematis diupayakan untuk menghilangkan turut sertanya variabel-variabel yang lain yang menjadi faktor penyebab terjadinya suatu fenomena. (e) Persuasi sebagai ilmu dalam menjelaskan gejala-gejala yang diamatinya, senantiasa berusaha menghindari penjelasan yang bersifat metafisik. Maksudnya, ilmu senantiasa menghindari penjelasan-penjelasan yang tidak rasional, yang tidak masuk akal, yang bersifat mistik.
- 3) Orde atau tatanan merupakan hukum alam yang sangat dipercaya ilmu. Ilmu pengetahuan percaya bahwa alam dan segala isinya bersifat teratur, berpola, mengikuti hukum-hukum tertentu dan memiliki urutan yang teratur. *Determinisme* menyangkut peristiwa dan faktor penyebabnya, ada penentunya, ada pendahulunya, dan ada determinannya. Ilmu pengetahuan percaya akan adanya faktor penyebab dan faktor-faktor yang saling berkaitan. Oleh karena itu, penelitian ilmu pengetahuan baik alam maupun sosial terus berkembang, seolah-olah tidak ada hentinya. *Parsimoni* berkaitan dengan generalisasi penemuan ilmiah. Kaidah ini mengatakan bahwa ilmu lebih menyukai penjelasan yang sederhana daripada penjelasan yang kompleks, bila kedua-duanya menjelaskan fakta yang sama. Misalnya, efek terpaan film-film kekerasan di televisi terhadap agresivitas anak dalam interaksi sosial merupakan salah satu upaya untuk menggeneralisasikan ilmu sosial. *Empirisme* mengatakan bahwa ilmu pengetahuan diperoleh dari pengalaman yang konkrit. Titik tolak empirisme adalah pengalaman empiris yang ditangkap melalui pancaindera. Oleh karena itu, observasi dan eksperimen merupakan hal yang penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

- 4) Deskripsi gejala maksudnya adalah *proses menangkap gejala-gejala tertentu yang diamati, serta menentukan komponen atau unsur-unsur dari gejala tersebut*. Penjelasan merupakan *proses penjabaran kondisi-kondisi yang menentukan timbulnya suatu gejala tertentu*. Penjelasan, erat kaitannya dengan prediksi (peramalan). Semakin spesifik suatu penjelasan maka semakin cermat melakukan prediksi. Pengorganisasian bukti-bukti empiris maksudnya adalah *proses mengorganisasikan secara sistematis semua bukti-bukti empiris yang ada dalam satu kesatuan pengetahuan*. Hasil dari pengorganisasian tersebut merupakan pengetahuan ilmiah.
- 5) Sistematis berarti *persuasi mengandung keterkaitan yang sistematis dengan fakta-fakta*. Universal atau keumuman, maksudnya *persuasi itu dapat merangkum fenomena-fenomena yang luas, dan dalam pembahasannya dapat berlaku di mana pun*. Rasionalitas, berarti *persuasi merupakan pengetahuan ilmiah yang bersumber pada pemikiran rasional, yang mematuhi kaidah-kaidah logika*. Objektivitas, berarti *persuasi itu merupakan ilmu pengetahuan yang bersifat antarpribadi*. Maksudnya, *persuasi itu telah teruji kebenarannya, dapat diterima secara umum dan menjadi kesepakatan rasional*. Verifiabilitas, atau pemeriksaan kemampuan kebenarannya, adalah *persuasi sebagai ilmu dapat diterima kebenarannya, dapat diselidiki kebenarannya, dan dapat dikaji serta diuji ulang oleh ilmuwan lainnya untuk membuktikan kebenarannya*. *Communality* atau kemampuan menjadi milik umum, maksudnya *persuasi itu merupakan pengetahuan yang menjadi milik umum, science is public knowledge*.



RANGKUMAN

Komunikasi merupakan proses sosial yang sangat mendasar. Oleh karena itu, dalam mempelajari komunikasi, sebenarnya mendalami sesuatu yang sudah tua sekali dan sangat besar kekuasaannya. Komunikasi merupakan dasar bagi semua hubungan antarmanusia serta semua perubahan sosial.

Eksistensi komunikasi sebagai sebuah kajian tidak hanya merupakan fenomena sekunder yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor psikologis, sosiologis, kultural atau ekonomi, melainkan komunikasi itu sendiri merupakan proses sosial yang utama dan mendasar, yang menjelaskan

semua faktor lainnya. Komunikasi persuasif merupakan salah satu bagian dari ilmu komunikasi. Persuasi merupakan studi tentang efek komunikasi.

Ilmu pengetahuan (*science*) adalah "Pengetahuan (*knowledge*) yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang disusun secara sistematis, rasional, empiris, umum, dan kumulatif tentang fenomena alam dan sosial yang menjadi fokus perhatian".

Ciri-ciri persuasi sebagai ilmu pengetahuan (*science*) itu antara lain sebagai berikut. (1) Persuasi sebagai ilmu diorganisasi dan diklasifikasi dari pengetahuan berdasarkan penjelasan. (2) Persuasi sebagai ilmu berupaya untuk menjelaskan cakupan atau batasan istilah yang dipergunakan dan memperjelas secara khusus kaitan antara istilah-istilah tersebut. (3) Kecermatan persuasi sebagai ilmu diungkapkan dalam bentuk nilai bilangan pada gejala yang diteliti (kuantifikasi). (4) Persuasi sebagai ilmu dalam mempertahankan kesahihannya, senantiasa memperhatikan variabel kontrol. Maksudnya, dalam mempertahankan kesahihannya, secara sistematis diupayakan untuk menghilangkan turut sertanya variabel-variabel yang lain yang menjadi faktor penyebab terjadinya suatu fenomena. (5) Persuasi sebagai ilmu dalam menjelaskan gejala-gejala yang diamatinya, senantiasa berusaha menghindari penjelasan yang bersifat metafisik. Maksudnya, ilmu senantiasa menghindari penjelasan-penjelasan yang tidak rasional, yang tidak masuk akal, dan yang bersifat mistik. Persuasi sebagai ilmu pengetahuan (*science*) ditegakkan atas empat kaidah yaitu orde, determinisme, parsimoni, dan empirisme.

Tujuan pokok persuasi sebagai ilmu pengetahuan adalah memahami gejala-gejala alam, yang merupakan konsekwensi logis dari rasa ingin tahu manusia. Untuk memahami gejala-gejala alam tersebut ada tahapannya yaitu deskripsi gejala, penjelasan, dan pengorganisasian bukti-bukti empiris.

Persuasi sebagai ilmu, dicirikan oleh enam aspek yakni sistematisasi, universal, rasionalitas, objektivitas, verifikasiabilitas, dan komunalitas.



TES FORMATIF 2

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) “Komunikasi ... bukanlah fenomena sekunder yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor psikologis, sosiologis, kultural, atau ekonomi, tetapi komunikasi itu sendiri merupakan proses sosial yang utama dan mendasar, yang menjelaskan semua faktor lainnya”. Ungkapan ini dikemukakan oleh...
 - A. Robert T Craig
 - B. Littlejohn
 - C. Kincaid dan Schramm
 - D. W. Barnett Pearce

- 2) Persuasi merupakan studi tentang ...
 - A. media komunikasi
 - B. efek komunikasi
 - C. komunikator
 - D. gangguan komunikasi

- 3) Persuasi sebagai Ilmu pengetahuan (*science*) ditegakkan atas empat kaidah yaitu orde, determinisme, parsimoni dan ...
 - A. feminisme
 - B. rasionalisme
 - C. empirisme
 - D. universal

- 4) Setiap peristiwa ada penyebabnya, ada penentunya, dan ada pendahulunya, seperti ada hujan, pasti didahului oleh awan yang mengkrystal yang disertai tiupan angin. Ada kematian pasti didahului oleh adanya kehidupan. Ada beras pasti didahului oleh proses penanaman padi, dan sebagainya. Gejala demikian disebut...
 - A. orde
 - B. determinisme
 - C. parsimoni
 - D. empirisme

- 5) Ilmu pengetahuan (*science*) dalam menjelaskan gejala-gejala yang diamatinya, senantiasa berusaha menghindari penjelasan yang bersifat ...
 - A. metafisik
 - B. rasional
 - C. argumentatif
 - D. generalisasi

- 6) Untuk memahami gejala-gejala alam ada tahapan-tahapan yang harus dilampai yaitu deskripsi gejala, penjelasan, dan ...
 - A. pengorganisasian bukti-bukti empiris
 - B. pengujian hipotesis
 - C. penentuan sampling
 - D. analisis data dan fakta

- 7) Ciri-ciri persuasi sebagai ilmu pengetahuan (*science*) antara lain...
 - A. diperoleh atas dasar intuisi
 - B. diorganisasikan dan diklasifikasikan dari pengetahuan berdasarkan penjelasan
 - C. bebas dari batasan istilah yang digunakan
 - D. dalam penjelasan gejala, bersifat metafisik

- 8) Persuasi sebagai ilmu pengetahuan, dicirikan oleh enam aspek berikut, yakni sistematisasi, universal, rasionalitas, objektivitas, verifikasiabilitas, dan komunalitas. Yang dimaksud dengan verifikasiabilitas adalah...
 - A. persuasi dapat merangkum fenomena-fenomena yang luas, dan dalam pembahasannya dapat berlaku di mana pun
 - B. persuasi mengandung saling keterkaitan yang sistematis dengan fakta-fakta
 - C. persuasi sebagai ilmu dapat diterima kebenarannya, dapat diselidiki kebenarannya, dan dapat dikaji dan diuji ulang oleh ilmuwan lainnya untuk membuktikan kebenarannya.
 - D. persuasi telah teruji kebenarannya, dan dapat diterima secara umum dan menjadi kesepakatan rasional

- 9) Persuasi merupakan pengetahuan yang menjadi milik umum, *science is public knowledge*, merupakan pengertian dari....
 - A. sistematisasi
 - B. objektivitas
 - C. komunalitas
 - D. rasionalitas

10. Persuasi merupakan suatu ilmu yang dapat dilihat dari komponen bentuk pernyataan. Bentuk pernyataan tersebut meliputi: deskripsi, preskripsi, eksposisi pola, dan rekonstruksi historis. Yang dimaksud dengan eksposisi pola adalah....
- A. rangkuman tentang pernyataan-pernyataan yang memaparkan pola-pola dalam sekumpulan sifat, ciri, kecenderungan atau proses lainnya dari gejala yang diamati
 - B. rangkuman tentang pernyataan-pernyataan yang menggambarkan atau menceritakan dengan penjelasan atau berbagai argumentasi tentang suatu fenomena
 - C. kumpulan pernyataan yang memberikan arahan-arahan dan ketentuan-ketentuan mengenai apa yang perlu dilakukan dalam hubungannya dengan suatu objek
 - D. kumpulan pernyataan yang memberikan penjelasan tentang bentuk, susunan, peranan, dan aspek-aspek detail lainnya dari fenomena yang dideskripsikan tersebut.

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 2 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 2.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali
80 - 89% = baik
70 - 79% = cukup
< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan Kegiatan Belajar 3. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 2, terutama bagian yang belum dikuasai.

KEGIATAN BELAJAR 3

Hakikat Komunikasi Persuasif

Manusia sebagai makhluk komunikasi, dalam kesehariannya tidak bisa melepaskan diri dari komunikasi. Dari mulai bangun tidur hingga mau tidur kembali, komunikasi menempel pada seluruh aktivitas yang dilakukan manusia. Itulah sebabnya, mengapa manusia tidak bisa tidak, ia akan terus melakukan komunikasi. Salah satu ciri utama manusia sebagai makhluk sosial adalah ia cenderung untuk memengaruhi orang lain melalui ucapan atau kata-katanya, bahkan, ketika kata-kata tidak mempan maka ia tetap melakukannya dengan menggunakan bahasa tubuhnya. Oleh karena itu, persuasi menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Hal ini dikemukakan oleh Herbert W. Simons (1976) bahwa “manusia sudah mulai menulis tentang persuasi sejak istilah itu dikenal dan dipraktikkan orang. Studi tentang persuasi yang dikenal orang dengan istilah “retorika” berasal dari zaman Yunani kuno. Pada zaman Yunani kuno, Aristoteles telah berpikir bahwa persuasi (bujukan) merupakan cara untuk menemukan semua jalan yang memungkinkan, yang bertujuan untuk menghasilkan perubahan yang diinginkan pada khalayak. Persuasi, menurut Aristoteles, merupakan cara untuk mempelajari bagaimana memilih dan mengembangkan kiat efektif untuk mencapai tujuan” (Curtis, Floyd, dan Winsor, 1992).

Agar komunikasi persuasif kita pahami dengan baik, marilah kita bahas komponen-komponen penting dari komunikasi persuasif tersebut yaitu pengertian persuasi, ruang lingkup persuasi, pendekatan persuasi, prinsip-prinsip persuasi, serta penggunaan persuasi.

1. Pengertian Persuasi

Dalam buku *Speaking Persuasively* (1981), Joseph A. Ilardo memberi batasan persuasi sebagai "proses komunikatif untuk mengubah kepercayaan, sikap, tujuan atau tingkah laku orang lain dengan menggunakan kata-kata dan pesan nonverbal baik secara sadar maupun tidak". Herbert W. Simons, dalam buku *Persuasion: understanding, practice, and analysis* (1976) mendefinisikan persuasi sebagai "komunikasi manusia yang dirancang untuk memengaruhi orang lain dengan memodifikasi kepercayaan, nilai, dan sikap mereka".

Secara sederhana, William L. Nothstine (1991) dalam bukunya *Influencing Others* mendefinisikan persuasi sebagai "Tiap usaha untuk memengaruhi tindakan atau penilaian orang lain dengan cara berbicara atau menulis kepada orang lain tersebut". Gary Cronkhite dalam buku "*Persuasion: speech and behavioral change*" (1969), mendefinisikan persuasi sebagai "tindakan memanipulasi simbol untuk menghasilkan perubahan melalui tingkah laku evaluatif atau tingkah laku pendekatan-penghindaran orang-orang yang menerjemahkan simbol-simbol". Ronald L. Applebaum dan Karl W.E. Anatol dalam buku *Strategies For Persuasive Communication* (1974) mendefinisikan persuasi sebagai "proses komunikasi yang kompleks, ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan (sengaja atau tidak disengaja) melalui cara-cara verbal dan nonverbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lain". Bettinghous, dalam buku *Persuasive Communication* membuat definisi persuasi sebagai berikut. "Persuasi adalah komunikasi manusia yang dirancang untuk memengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai atau sikap mereka". Demikian pula Winston Brembeck dan William Howell, yang bukunya berjudul *Persuasion: A Means of Social Change* (1970), mendefinisikan persuasi sebagai "Komunikasi yang dimaksudkan untuk memengaruhi pilihan orang". Adapun Burke (Larson, Bukunya *Persuasion*, 1986), memberi batasan persuasi sebagai "penciptaan bersama dari suatu pernyataan identifikasi atau kerja sama di antara sumber pesan dengan penerima pesan yang diakibatkan oleh penggunaan simbol-simbol".

Dari beberapa definisi persuasi yang telah dikemukakan nampak bahwa fokus dari konsep persuasi adalah "memengaruhi orang lain", baik secara langsung maupun tidak langsung, baik secara verbal maupun nonverbal, baik melalui lisan maupun tulisan, baik disengaja maupun tidak disengaja.

2. Ruang Lingkup Persuasi

Sebagai Ilmu Terapan (*applied science*), persuasi banyak dilibatkan dalam kehidupan manusia sehari-hari, baik disadari maupun tidak. Oleh karena itu, ruang lingkup persuasi cukup luas dan beragam. Hal ini dapat dilihat dari konteks persuasi, bidang persuasi, sifat persuasi, dan tujuan persuasi.

a. Konteks Persuasi

Persuasi, dapat terjadi dalam konteks komunikasi antarpersona (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok (*group*

communication), komunikasi organisasi (*organization communication*), dan komunikasi massa (*mass communication*).

Dalam konteks antarpersona, persuasi mempelajari segala aspek yang berkaitan dengan proses penciptaan makna di antara dua orang dan bagaimana makna itu dapat memengaruhi orang lain untuk mengubah pengetahuan, sikap, keterampilan, dan perilakunya.

Dalam kehidupan berkelompok, apakah dalam bentuk kelompok kecil (*small group*) seperti dalam bentuk seminar, ceramah, simposium, diskusi panel, dan sebagainya atau kelompok besar (*large group*) berupa *public speaking*, persuasi seringkali digunakan untuk memengaruhi sasarannya. Intinya, bagaimana agar sasaran, melalui mekanisme komunikasi dapat dipengaruhi, apakah dalam aspek pengetahuan, sikap, keterampilan, maupun perilakunya.

Untuk konteks organisasi seperti perusahaan, lembaga pemerintahan, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), universitas, rumah sakit, lembaga media massa, dan lain-lain, keberadaan persuasi melekat di dalamnya. Setiap komponen orang dalam organisasi akan selalu berusaha untuk saling memengaruhi, untuk berbagai tujuan.

Dalam konteks massa, yang pada umumnya menggunakan media massa seperti media elektronik, misalnya radio, televisi, film, dan sebagainya serta media cetak seperti surat kabar dan majalah, persuasi kerap kali digunakan orang untuk memengaruhi sasarannya.

b. Bidang Persuasi

Dalam kehidupan modern yang dialami umat manusia saat ini, bidang kehidupannya begitu luas dan kompleks. Tiap-tiap kehidupan tadi bersifat khas dan atau unik. Oleh karena itu, proses persuasi yang ada di dalamnya pun bersifat khas pula. Ronald L. Applbaum dan Karl W. E. Aanatol, dalam buku *Strategies for Persuasive Communication* (1974) menyebutkan bidang-bidang persuasi, di antaranya periklanan produk, persuasi dalam ruang pengadilan, dan persuasi dalam ruang kelas. Herbert W. Simons, dalam buku *Persuasion: Understanding, Practice, and Analysis* (1976), melihat bidang persuasi, antara lain periklanan, hubungan interpersonal, seni dan hiburan, politik, pengajaran dan penyuluhan, pemberitaan, konflik dan protes, dan sebagainya. Berdasarkan pandangan para ahli tersebut maka bidang persuasi dapat diklasifikasikan menjadi berikut ini.

1) Persuasi dalam manajemen (*management persuasion*).

- 2) Persuasi politik (*political persuasion*).
- 3) Persuasi pendidikan (*educational persuasion*).
- 4) Persuasi sosial (*social persuasion*).
- 5) Persuasi bisnis (*business persuasion*).
- 6) Persuasi hukum (*law persuasion*).
- 7) Persuasi pemasaran (*marketing persuasion*).
- 8) Persuasi pembangunan (*development persuasion*).
- 9) Persuasi periklanan (*advertising persuasion*).
- 10) Persuasi lingkungan (*ecological persuasion*).
- 11) Persuasi terapeutik (*therapeutic persuasion*).
- 12) Dan sebagainya.

c. Sifat Persuasi

Dilihat dari sifatnya, persuasi dapat diklasifikasi sebagai berikut. Persuasi dapat bersifat verbal (*verbal persuasion*), nonverbal (*nonverbal persuasion*), tatap muka (*face toface persuasion*), persuasi bermedia (*mediated persuasion*).

d. Tujuan Persuasi

Ruang lingkup persuasi, dapat pula dilihat dari tujuannya yakni mengubah:

- 1) pengetahuan (*to change the knowlege*);
- 2) sikap (*to change the attitude*);
- 3) opini (*to change the opinion*);
- 4) keterampilan (*to change the psychomotoric*);
- 5) perilaku (*tochnge the behavior*);

3. Pendekatan Persuasi

Bertolak dari tujuan komunikasi persuasif yakni untuk memengaruhi sikap, nilai-nilai, pendapat, dan perilaku audiens atau penerima maka pendekatan yang digunakan dalam mengkaji komunikasi persuasif adalah pendekatan psikologis, sosiologis, dan antropologis.

Menurut Larson (1986), pendekatan terhadap studi persuasi kontemporer, dilakukan melalui teori-teori perubahan sikap, konsistensi, belajar, *social judgement-involvement*, dan teori Efek Media Massa. Sependapat dengan Larson, Simons (1976) menjelaskan bahwa mengkaji komunikasi persuasif dapat didekati melalui teori-teori Behavioristik seperti teori-teori Belajar,

Persepsi, Fungsional, dan Teori Keseimbangan. Tidak jauh berbeda dengan kedua ahli komunikasi di atas, Applebaum dan Anatol (1974) menyebutkan bahwa pendekatan yang biasa digunakan dalam mengkaji komunikasi persuasif adalah melalui teori-teori: Belajar, Konsistensi Kognitif, *Social-Judgment-Involvement*, dan Pendekatan Fungsional.

4. Prinsip-prinsip Persuasi

Kandungan makna dari konsep persuasi, yang merupakan prinsip-prinsip dasar persuasi dijelaskan oleh Ilardo (1981) sebagai berikut.

- a. Persuasi merupakan bentuk dari komunikasi. Hal ini melibatkan pengirim pesan dan penerima pesan dalam suatu interaksi. Hubungan yang terjadi, merupakan faktor yang sangat penting bagi semua proses persuasi. Jika di antara pengirim dan penerima tidak terjadi kontak, barangkali merupakan hal yang mustahil terjadi saling memengaruhi.
- b. Persuasi merupakan suatu proses. Persuasi bukan merupakan suatu tindakan, tidak statis, bukan suatu kejadian belaka, bukan pula suatu objek. Persuasi tidak dapat disentuh, diraba, atau terukur secara pasti. Ia merupakan sesuatu ketika kita terlibat di dalamnya. Ia bersifat terus menerus. Proses tersebut bukan ditentukan oleh ruang, tetapi oleh waktu. Hal ini memungkinkan untuk memudahkan arahan terhadap jejak dari permulaan dan evolusi dari proses persuasif, dengan membagi perubahan-perubahan tersebut ke dalam tahap-tahap atau fase-fase. Namun, dalam kenyataan, pembagian tersebut tidak kentara.
- c. Persuasi berkaitan dengan perubahan. Pesan persuasif seperti halnya intervensi terapeutik yang direncanakan dan ditangani oleh dokter medis. Oleh karena itu, intervensi tersebut diawali dengan suatu tujuan. Hasil dari intervensi tersebut, sasaran diperkirakan akan berubah melalui berbagai cara. Berhasil atau gagal proses tersebut diukur dengan tingkat efek yang diharapkan dapat dicapai. Hal ini memunculkan dua pertanyaan, *pertama*, apa yang menjadi target dari persuasi tersebut? dan *kedua*, bagaimana perubahan tersebut diukur?. Jawaban sementara, untuk hal yang pertama, sasaran persuasi adalah pernyataan-pernyataan mendalam dari sasaran (kepercayaan, sikap, atau pernyataan) atau perilaku yang nampak. Perubahan dalam hal ini diukur dengan membandingkan pernyataan mendalam atau perilaku yang nampak (atau keduanya) antara sebelum dan setelah intervensi.

- d. Persuasi dapat terjadi secara sadar ataupun tidak sadar. Seorang *persuader*, mungkin secara sadar bermaksud untuk mengubah individu atau kelompok secara khusus. Hal ini terjadi manakala pembicara persuasif merencanakan dan mengucapkan kata-katanya dengan tujuan khusus untuk mengubah sikap pendengar atau sasaran.
- e. Persuasi dapat menggunakan pesan verbal dan pesan nonverbal. Seperti Anda ketahui bahwa kata-kata yang disusun secara tepat dapat membuat efek persuasif.

5. Penggunaan Persuasi

Komunikasi persuasif dimanfaatkan orang sudah sejak lama. Simons (1976) menjelaskan bahwa studi tentang persuasi berasal dari zaman Yunani Kuno. Saat itu, persuasi telah digunakan orang untuk berbagai kepentingan seperti untuk mengadakan masalah-masalah yang dihadapi masyarakat di ruang pengadilan, menyampaikan pidato dalam upacara-upacara khusus, serta untuk perdebatan mengenai masalah-masalah kebijakan umum.

Kini, penggunaan persuasi telah meluas ke berbagai aspek kehidupan manusia. Dalam bidang bisnis misalnya, komunikasi persuasif dimanfaatkan untuk pemasaran, periklanan, promosi penjualan, *public relations*, lobi, hubungan dengan pers, komunikasi internal perusahaan, komunikasi eksternal perusahaan, dan aspek-aspek lainnya.

Bidang-bidang lain seperti pendidikan (terutama sekolah-sekolah dan perguruan tinggi swasta dalam upaya mencari pendaftar), kursus-kursus, pendidikan masyarakat, pemerintahan seperti kampanye program-program tertentu, kerja sama dengan luar negeri, pidato politik, lembaga-lembaga pelayanan masyarakat seperti rumah sakit, LSM-LSM, apotik, toko obat, telepon, radio, televisi, surat kabar, bahkan untuk merayu pacar sekali pun. Oleh karena itu, tidak heran jika orang-orang besar seperti Hitler, Goebels, Aristoteles, Plato, Cicero, Hume, Locke, dan sebagainya sangat menaruh minat pada studi persuasif (1976:4).

Jika misalkan Anda bekerja di suatu perusahaan, dan Anda berfungsi sebagai manajer, apa yang akan Anda lakukan bila terjadi pemogokan karyawan? Apa yang akan Anda lakukan terhadap pemimpin Anda jika harus bersaing dalam mengajukan proposal dengan divisi lain secara ketat? Apa yang akan Anda lakukan untuk meyakinkan atasan Anda bahwa pemberian bonus terhadap karyawan akan meningkatkan produktivitas, dan tingkat penggajian karyawan akan rendah?

Simons (1976) berkaitan dengan manfaat studi komunikasi persuasif, menyebutkan tiga fungsi utama berikut.

- a. *Control Function* atau fungsi pengawasan,
- b. *Consumer Protection Function* atau fungsi perlindungan konsumen,
- c. *Knowledge Function* atau fungsi pengetahuan.

a. *Control Function*

Control Function adalah menggunakan komunikasi persuasif untuk mengkonstruksi pesan dan membangun citra diri (*image*) agar dapat memengaruhi orang lain. Melalui komunikasi persuasif, kita bisa memanfaatkannya untuk berbagai kepentingan, baik untuk kepentingan pribadi maupun kepentingan organisasi dan masyarakat. Melalui komunikasi persuasif untuk kepentingan pribadi, Anda dapat membujuk seorang teman untuk meminjamkan uangnya, mengajak pacar Anda nonton sepak bola, "menjinakkan" mertua yang pelit dan galak atau bahkan "menundukkan" sang istri yang sedang marah besar.

Untuk kepentingan organisasi dan masyarakat, melalui komunikasi persuasif Anda dapat menggerakkan hati orang agar mau menyumbang untuk korban bencana alam, menyejukkan hati pendengar di kala berkhotbah atau berceramah, membentuk citra positif di mata manajer personalia, tatkala Anda melamar pekerjaan, dan masih banyak manfaat lainnya.

Melalui komunikasi persuasif, Anda dapat mencapai sesuatu yang Anda inginkan, asalkan ilmu tersebut dimanfaatkan secara profesional.

b. *Consumer Protection Function*

Consumer Protection Function dilakukan melalui pengkajian komunikasi persuasif, kita akan lebih cermat dalam menyaring pesan-pesan persuasif yang banyak "berkeliraran" di sekitar kita. Setiap hari, semenjak bangun tidur, kita telah disuguhi persuasi melalui televisi, radio atau surat kabar. Iklan-iklan yang dikemas secara profesional, berita yang disiarkan secara menarik, isu-isu atau gosip yang disajikan seperti sebenarnya, serta berbagai obrolan yang kita terima dari teman kita, semuanya merupakan serbuan persuasi yang harus kita saring dengan sebaik-baiknya.

Fungsi perlindungan konsumen dari komunikasi persuasif, dapat dilakukan dengan dua cara yaitu *pertama*, pesan-pesan yang kita terima hendaknya diuji dengan cara mempertemukan berbagai pendapat tentang pesan tersebut, terutama dari para ahli yang dapat dipercaya dan *kedua*,

mungkin bidang keahlian Anda yaitu dengan menganalisis secara kritis, melalui metode penelitian komunikasi, kebenaran dari pesan yang diterima. Hal ini sangat bermanfaat untuk pesan-pesan yang disampaikan pada orang banyak, seperti iklan, pidato retorik, isu-isu yang tidak jelas sumbernya.

Melalui fungsi ini, maka mempelajari komunikasi persuasif akan bermanfaat bukan saja untuk perlindungan diri pribadi, melainkan juga untuk menolong orang lain, organisasi, dan masyarakat dari "jebakan" persuasi yang dilakukan oleh orang yang tidak bertanggungjawab.

c. *Knowledge Function*

Knowledge function, maksudnya adalah dengan mempelajari komunikasi persuasif, kita akan memperoleh wawasan tentang peranan persuasi dalam masyarakat, dan tentang dinamika psikologi persuasi.

Peranan persuasi dalam masyarakat adalah menelaah tentang bagaimana keterkaitan antara individu dengan pengaruh yang dibentuk oleh individu yang lain, kelompok dan organisasi, serta lembaga tempat individu tersebut bergabung. Juga pengaruh kolektivitas atas individu yang ditimbulkannya.

Persuasi banyak menimbulkan masalah pada diri kita dan masyarakat. Melalui komunikasi persuasif pula kita berdamai dengan masalah tersebut dan memecahkannya. Melalui pengkajian dinamika psikologi persuasif, kita akan memperoleh pengertian tentang bagaimana manusia mengikuti rangsangan, menata lingkungan, dan pikiran-pikiran mereka berinteraksi.

Bertolak dari ketiga fungsi komunikasi persuasif tersebut, Simons (1976) menjelaskan bahwa kemampuan menyaring pesan persuasif membutuhkan ketekunan dalam mempelajari teknik persuasi yang dilakukan orang lain dalam membujuk kita. Kemampuan dalam komunikasi persuasi membutuhkan antisipasi terhadap kecenderungan-kecenderungan reaksi audiens. Selain itu, diperlukan pula pengertian dan pemahaman tentang sifat dasar proses persuasi yang terjadi di masyarakat.



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Apa tujuan dilakukannya kegiatan komunikasi persuasif?

- 2) Apa yang dipelajari persuasi dalam konteks interpersonal?
- 3) Coba Anda kemukakan bidang-bidang apa saja dari kajian persuasif itu!
- 4) Kemukakan prinsip-prinsip dasar persuasi seperti yang dikemukakan oleh Ilardo (1981)!
- 5) Ada tiga fungsi utama dari persuasi. Coba Anda kemukakan masing-masing fungsi tersebut!

Petunjuk Jawaban Latihan

- 1) Tujuan dilakukannya komunikasi persuasif adalah untuk memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku khalayak sasaran (audiens).
- 2) Dalam konteks interpersonal, persuasi mempelajari segala aspek yang berkaitan dengan proses penciptaan makna di antara dua orang atau lebih, dan bagaimana makna itu dapat memengaruhi orang lain untuk mengubah pengetahuan, sikap, keterampilan, dan perilakunya.
- 3) Berdasarkan pandangan para ahli, bidang persuasi dapat diklasifikasikan menjadi persuasi dalam manajemen (*management persuasion*), persuasi politik (*political persuasion*), persuasi pendidikan (*educational persuasion*), persuasi sosial (*social persuasion*), persuasi bisnis (*business persuasion*), persuasi hukum (*law persuasion*), persuasi pemasaran (*marketing persuasion*), persuasi pembangunan (*development persuasion*), persuasi periklanan (*advertising persuasion*), persuasi lingkungan (*ecological persuasion*), dan persuasi terapeutik (*therapeutic persuasion*), dan lain-lain.
- 4) Kandungan makna dari konsep persuasi, yang merupakan prinsip-prinsip dasar persuasi dijelaskan oleh Ilardo (1981) sebagai berikut. (a) Persuasi merupakan bentuk dari komunikasi. (b) Persuasi merupakan suatu proses. (c) Persuasi berkaitan dengan perubahan. (d) Persuasi dapat terjadi secara sadar ataupun tidak sadar. (e) Persuasi dapat menggunakan pesan verbal dan pesan nonverbal.
- 5) Menurut Simons (1976), berkaitan dengan manfaat studi komunikasi persuasif, menyebutkan tiga fungsi utama yakni *control function* atau fungsi pengawasan, *consumer protection function* atau fungsi perlindungan konsumen, *knowledge function* atau fungsi pengetahuan.



RANGKUMAN

Salah satu ciri utama manusia sebagai makhluk sosial adalah ia cenderung untuk memengaruhi orang lain melalui ucapan atau kata-katanya, bahkan, ketika kata-kata tidak mempan maka ia tetap melakukannya dengan menggunakan bahasa tubuhnya. Oleh karena itu, persuasi menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia.

Pada zaman Yunani kuno, Aristoteles telah berpikir bahwa persuasi (bujukan) merupakan cara untuk menemukan semua jalan yang memungkinkan, yang bertujuan untuk menghasilkan perubahan yang diinginkan pada khalayak. Persuasi, menurut Aristoteles, merupakan cara untuk mempelajari bagaimana memilih dan mengembangkan kiat efektif untuk mencapai tujuan.

Fokus dari konsep persuasi adalah "memengaruhi orang lain", baik secara langsung maupun tidak langsung, baik secara verbal maupun nonverbal, baik melalui lisan maupun tulisan, baik disengaja maupun tidak disengaja.

Persuasi, dapat terjadi dalam konteks komunikasi antarpersona (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok (*group communication*), komunikasi organisasi (*organization communication*), dan komunikasi massa (*mass communication*).

Dilihat dari sifatnya, persuasi dapat diklasifikasi sebagai berikut. Persuasi dapat bersifat verbal (*verbal persuasion*), nonverbal (*nonverbal persuasion*), tatap muka (*face to face persuasion*), dan bermedia (*mediated persuasion*).

Ruang lingkup persuasi, dapat pula dilihat dari tujuannya yakni mengubah pengetahuan (*to change the knowledge*), mengubah sikap (*to change the attitude*), mengubah opini (*to change the opinion*), mengubah keterampilan (*to change the psychomotoric*), dan mengubah perilaku (*to change the behavior*).

Prinsip-prinsip dasar persuasi dijelaskan oleh Ilardo (1981) sebagai berikut. (1) Persuasi merupakan bentuk dari komunikasi. (2) Persuasi merupakan suatu proses. (3) Persuasi berkaitan dengan perubahan. (4) Persuasi dapat terjadi secara sadar ataupun tidak sadar. (5) Persuasi dapat menggunakan pesan verbal dan pesan nonverbal.

Hal yang berkaitan dengan manfaat studi komunikasi persuasif, terdiri atas tiga fungsi utama, yakni, *control function* atau fungsi pengawasan, *consumer protection function* atau fungsi perlindungan konsumen, dan *knowledge function* atau fungsi pengetahuan.



TES FORMATIF 3

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Persuasi bersumber dari perkataan Latin *persuasio*, yang kata kerjanya *persuader*, artinya ...
 - A. memerintah
 - B. merangkul
 - C. membujuk
 - D. membenci

- 2) Agar terbentuk keyakinan pada diri seseorang maka komunikasi persuasi sebaiknya dilakukan secara ...
 - A. emosional
 - B. rasional
 - C. instruktif
 - D. informatif

- 3) Persuasi yang dilakukan secara emosional biasanya menyentuh aspek...
 - A. kognitif
 - B. afektif
 - C. konatif
 - D. intuitif

- 4) Persuasi adalah usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasikan motif orang ke arah tujuan yang sudah ditetapkan. Definisi tersebut dikemukakan oleh ...
 - A. Nothstine
 - B. Bettinghause
 - C. Larson
 - D. Brembeck dan Howell

- 5) Persuasi, dapat terjadi dalam konteks komunikasi antarpersona (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok (*group communication*), komunikasi organisasi (*organization communication*), dan komunikasi...
 - A. massa (*mass communication*)
 - B. pembangunan (*development communication*)
 - C. pemasaran (*marketing communication*)
 - D. kesehatan (*health communication*)

- 6) Prinsip-prinsip dasar persuasi dijelaskan oleh Ilardo (1981), salah satu di antaranya yaitu persuasi...
- dapat menggunakan pesan verbal dan pesan nonverbal.
 - merupakan alat kontrol kehidupan.
 - merupakan media untuk melindungi konsumen dari penipuan
 - merupakan alat politik yang dapat diandalkan.
- 7) Komunikasi persuasif dapat digunakan untuk mengonstruksi pesan dan membangun citra diri (*image*) agar dapat memengaruhi orang lain, merupakan pengertian dari: ...
- "*control function*" atau fungsi pengawasan
 - "*consumer protection function*" atau fungsi perlindungan konsumen
 - "*knowledge function*" atau fungsi pengetahuan
 - "*attitude change function*" atau fungsi mengubah perilaku
- 8) Dengan mempelajari komunikasi persuasif, kita akan memperoleh wawasan tentang peranan persuasi dalam masyarakat, dan tentang dinamika psikologi persuasi, merupakan pengertian dari ...
- "*control function*" atau fungsi pengawasan.
 - "*consumer protection function*" atau fungsi perlindungan konsumen..
 - "*knowledge function*" atau fungsi pengetahuan
 - "*attitude change function*" atau fungsi mengubah perilaku
- 9) Ahli persuasi yang mengatakan bahwa pendekatan yang biasa digunakan dalam mengkaji Komunikasi Persuasif adalah melalui teori-teori: Belajar, Konsistensi Kognitif, *Social-Judgment-Involvement*, dan pendekatan Fungsional, adalah ...
- Applebaum dan Anatol
 - Larson
 - Simons
 - Ilardo
- 10) Ruang lingkup persuasi berdasarkan tujuannya, adalah mengubah pengetahuan (*to change the knowledge*), mengubah sikap (*to change the attitude*), mengubah opini (*to change the opinion*), mengubah keterampilan (*to change the psychomotoric*) dan mengubah...
- perilaku (*to change the behavior*)
 - (*to change orientation*)
 - kepribadian (*to change personality*)
 - emosi (*change to emotion*)

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 3 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 3.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali
80 - 89% = baik
70 - 79% = cukup
< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan modul selanjutnya. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 3, terutama bagian yang belum dikuasai.

Kunci Jawaban Tes Formatif

Tes Formatif 1

- 1) A
- 2) C
- 3) B
- 4) D
- 5) A
- 6) B
- 7) C
- 8) D
- 9) C
- 10) A

Tes Formatif 2

- 1) A
- 2) B
- 3) C
- 4) B
- 5) D
- 6) A
- 7) B
- 8) C
- 9) C
- 10) A

Tes Formatif 3

- 1) C
- 2) C
- 3) A
- 4) D
- 5) A
- 6) A
- 7) A
- 8) C
- 9) A
- 10) A

Daftar Pustaka

- Anshari, Endang Saifuddin. 1987. *Ilmu, Filsafat dan Agama*. Bina Ilmu. Surabaya.
- Applebaum, R.L., dan Anatol, K.W.E. 1974. *Strategies for Persuasive Communication*. A Bell&Howell, Co. Ohio.
- Bettinghous, E.P. 1973. *Persuasive Communication*. Holt, Rinehart, and Winston, Inc. New York.
- Cronkhite, Gary. 1969. *Persuasion: Speech and behavioral change*. Bobbs-Merril. Indianapolis.
- Caldini. Robert B. 2007. *Psikologi Persuasif, Merekayasa Kepatuhan*. Diterjemahkan oleh Tri Wibowo Budi Santoso. Kencana. Jakarta.
- Curtis, Dan B., James J. Floyd, dan Jerry Winsor, 1992. *Business and Professional Communication*. Harper Collins. New York.
- Galo, Carmine. 2009. *10 Simple Secrets of The Worlds Greatest Business Communicator (10 Rahasia Sederhana Para Pemicara Bisnis Terhebat Di Dunia*. Diterjemahkan oleh Harsono. Bhuana Ilmu Populer. Jakarta.
- Ilardo, Joseph A. 1981. *Speaking Persuasively*.
- Kartono, Kartini dan Gulo, D. 1987. *Kamus Psikologi*. Pionir Jaya. Bandung.
- Kerlinger Fred.N. 1973. *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Kincaid, D.Lawrence dan Wilbur Schramm. 1985. *Azas-Azas Komunikasi Antar Manusia*. Diterjemahkan oleh Agus Setiadi. LP3ES dan East-West Communication Institute. Jakarta.
- Larson. Charles U. 1986. *Persuasion: Reception and Responsibility*. California. Wadsworth, Pub. Co.

- Littlejohn, Stephen W., dan Karen A. Foss 2009. *Teori Komunikasi, Theories of Human Communications*. Diterjemahkan oleh Mohamad Yusuf Hamdan. Salemba Humanika. Jakarta.
- Nazir, Muhammad. 1988. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Nothstine., William L. 1991. *Influencing Others* (Mempengaruhi Orang lain). Diterjemahkan oleh: Rohmulyati Hamzah. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1994. *Retorika Modern, Pendekatan Praktis*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1986. *Psikologi Komunikasi*. Remadja Karya. Bandung.
- Rakhmat, Jalaludin. 1984. *Metode Penelitian Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Simons, H.W. 1976. *Persuasion: Understanding, Practice, and Analysis*. Random Hause. New York.
- The Liang Gie. 1997. *Pengantar Filsafat Ilmu*. Liberty. Jakarta
- Tubbs, Stewart L., dan Sylvia Moss. 1996. *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Diterjemahkan oleh: Deddy Mulyana dan Gembirasari. Remaja-Rosdakarya. Bandung
- Verhaak, C., dan R. Haryono Imam. 1991. *Filsafat Ilmu Pengetahuan, Telaah Atas Cara Kerja Ilmu-Ilmu*. Gramedia. Jakarta.