



# **KOMUNIKASI PERSUASIF**

## **TEORI KOMUNIKASI PERSUASIF**

DOSEN PENGAMPU:  
DR. HADI SUPRAPTO ARIFIN  
WENY WIDYOWATI, M.SI.  
PUJI PRIHANDINI, M.I.KOM.



# The Reasoned Action Model

KOMUNIKASI  
PERSUASIF

# Sejarah Perkembangan Model

---

Model (Fishbein & Ajzen, 2010), Awalnya diusulkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975, pendekatan ini diperluas oleh Ajzen (misalnya, 1991) dalam *planned behavior theory*

Teori perilaku terencana menekankan bahwa sikap tidak akan memprediksi perilaku jika orang merasa tidak memiliki kendali atas tindakan tersebut. Ini menambahkan gagasan tentang kontrol perilaku.

Pada tahun 2010, Fishbein dan Ajzen mengintegrasikan pekerjaan awal mereka, *planned behavior theory* dan ide-ide baru tentang norma ke dalam Model Tindakan Beralasan, mengklarifikasi, meningkatkan, dan memperluas model untuk memperhitungkan proses baru.

# Penjelasan *Reasoned Action Model*

*The Reasoned Action Model* menawarkan penjelasan paling sistematis mengenai bagaimana keyakinan mempengaruhi perilaku.

Model ini menawarkan peta jalan perjalanan yang harus dilalui pikiran di kepala seseorang sebelum dapat memengaruhi tindakan yang dia lakukan.

Dengan memahami model ini, akan menghasilkan serangkaian strategi khusus yang harus diterapkan oleh para persuader untuk menyusun komunikasi tentang topik apa pun yang dapat Anda bayangkan.

# Penjelasan *Reasoned Action Model*

---

Istilah tindakan beralasan menyiratkan bahwa orang rasional dan sengaja dalam cara mereka memutuskan apakah akan melakukan perilaku tertentu.

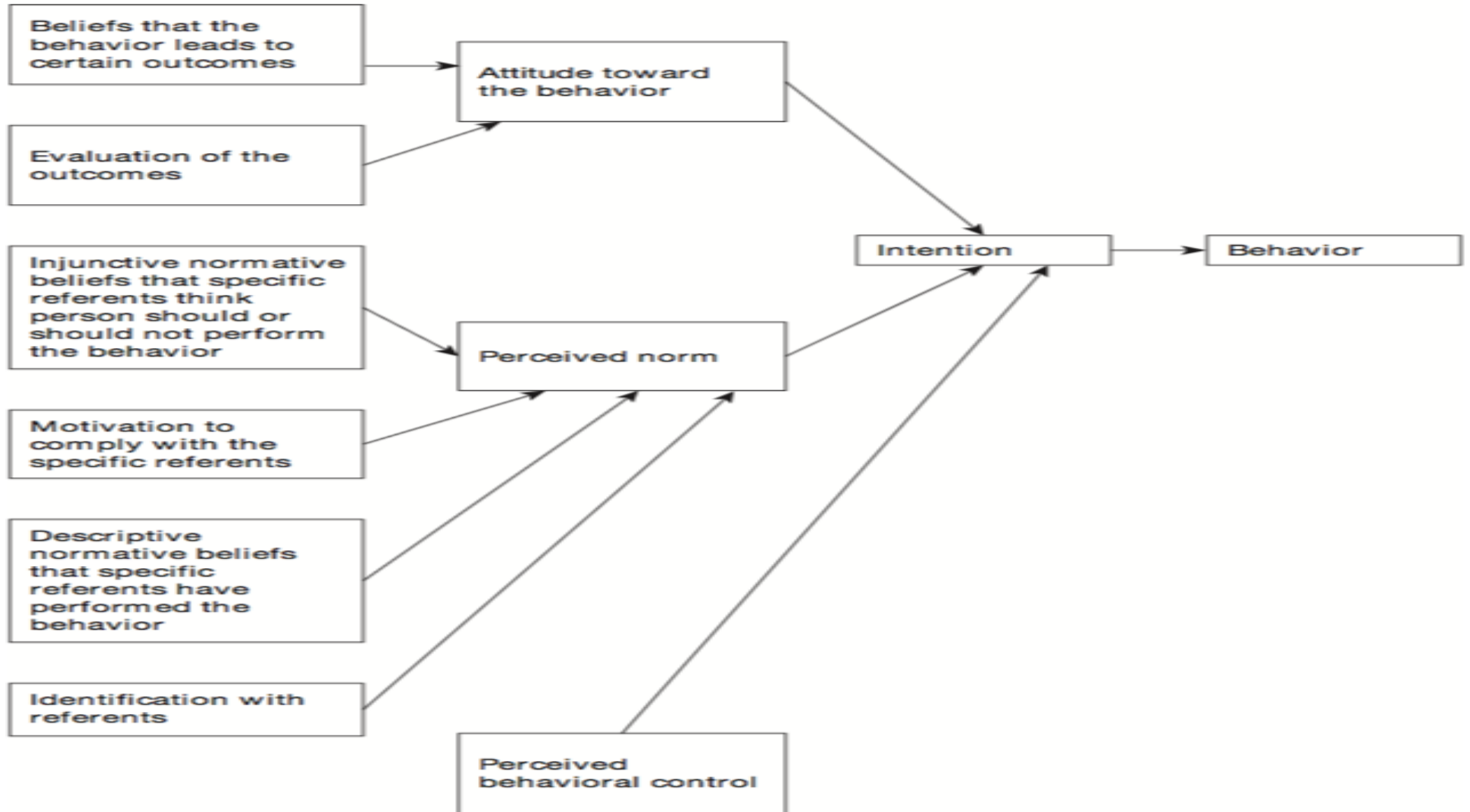
Fishbein dan Ajzen (2010) dengan cepat mengakui bahwa orang tidak selalu memikirkan keputusan mereka dengan penuh perhatian. Sebaliknya, mereka berpendapat bahwa begitu orang membentuk seperangkat keyakinan, mereka melanjutkan untuk bertindak berdasarkan keyakinan ini dengan cara yang dapat diprediksi dan konsisten.

Keyakinan mereka memberikan dasar kognitif yang darinya sikap, niat, dan perilaku mengikuti. Keyakinan, ditekankan oleh pakar Marco Yzer (2013), tidak selalu rasional. Namun, memiliki pengaruh yang kuat

# Penjelasan *Reasoned Action Model*

Ada lima komponen teori:

1. sikap terhadap perilaku, penilaian individu bahwa melakukan tindakan itu baik atau buruk;
2. norma yang dirasakan, tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan tindakan;
3. kontrol perilaku yang dirasakan, sejauh mana individu percaya bahwa mereka mampu melakukan perilaku tertentu;
4. niat perilaku, maksud atau rencana untuk melakukan perilaku tertentu;
5. perilaku itu sendiri, tindakan dalam situasi tertentu



■ **Figure 5.5 The Reasoned Action Model**



# ELABORATION LIKELIHOOD MODEL

KOMUNIKASI  
PERSUASIF

# *ELABORATION LIKELIHOOD MODEL*

ELM menyediakan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami efek dari sejumlah faktor sumber, pesan, dan penerima pada persuasi. Ini juga telah memberikan integrasi yang berguna dari banyak data empiris.

ELM menghasilkan lebih banyak penelitian interdisipliner tentang komunikasi persuasif dan telah diterapkan pada lebih banyak konteks komunikasi.

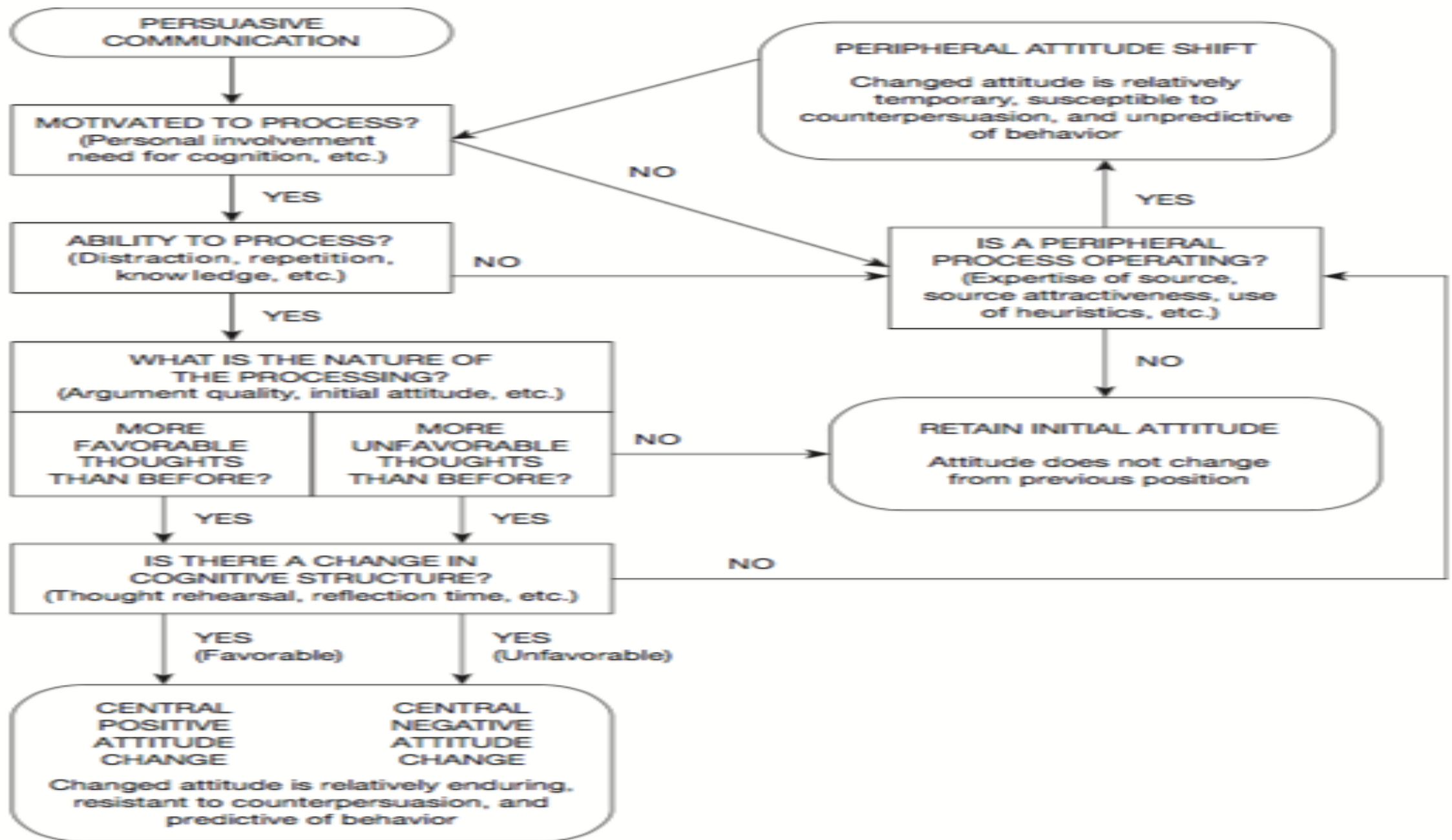
# PENJELASAN *ELABORATION* *LIKELIHOOD MODEL*

ELM menetapkan bahwa ada dua cara berbeda orang memproses komunikasi. Ini disebut rute, yang menunjukkan bahwa dua jalan raya yang berbeda melintasi pikiran, membawa pikiran dan reaksi ke pesan. Istilah rute adalah metafora: kita tidak tahu pasti bahwa rute-rute ini ada

Ilmuwan sosial menggunakan istilah seperti "rute pemrosesan" (atau sikap) untuk menggambarkan fenomena kognitif dan perilaku yang kompleks. Mengenai sikap, istilah "jalur pemrosesan" sangat masuk akal dan didukung oleh banyak bukti empiris. ELM mengacu pada dua rute menuju persuasi sebagai **rute pusat dan periferal**, atau proses pusat dan periferal.

# PENJELASAN *ELABORATION* *LIKELIHOOD* MODEL

1. **Rute sentral** ditandai dengan elaborasi kognitif yang cukup besar. Ketika orang memproses informasi secara terpusat, mereka dengan hati-hati mengevaluasi argumen pesan, merenungkan implikasi dari ide komunikator, dan menghubungkan informasi dengan pengetahuan, bias, dan nilai mereka sendiri. Ini adalah jalan orang yang berpikir menuju persuasi.
2. **Rute periferal** sama sekali berbeda, individu tidak memeriksa argumen yang relevan dengan masalah, namun mereka memeriksa pesan dengan cepat atau fokus pada isyarat sederhana untuk membantu mereka memutuskan apakah akan menerima posisi yang dianjurkan dalam pesan tersebut.





# DISSONANCE COGNITIVE THEORY

KOMUNIKASI  
PERSUASIF

# *DISSONANCE COGNITIVE THEORY*

Leon Festinger mengembangkan teori ini pada tahun 1957,

Disonansi berarti perselisihan, ketidaksesuaian, atau perselisihan. Jadi, disonansi kognitif berarti ketidaksesuaian antara pikiran atau elemen mental.

Dua kognisi berada dalam hubungan disonan ketika kebalikan dari satu elemen kognitif mengikuti dari yang lain.

Misalnya, gagasan bahwa "makan junk food tidak baik untuk jantung Anda" biasanya tidak sejalan dengan pemahaman bahwa "Saya suka junk food".

Kognisi "Pacar saya melecehkan saat dia marah" dan "Saya mencintainya dan ingin selalu bersamanya" juga tidak sesuai.

# ASUMSI TEORI

---

Disonansi secara khusus dan formal didefinisikan sebagai "keadaan negatif, tidak menyenangkan yang terjadi setiap kali seseorang memegang dua kognisi yang tidak konsisten secara psikologis" (Aronson, 1968, hlm. 6).

Perhatikan bahwa "tidak konsisten secara psikologis". Dua pemikiran bisa jadi secara psikologis – tetapi tidak secara logis – tidak konsisten.

Kognisi "Saya suka makanan cepat saji" tidak secara logis tidak sejalan dengan keyakinan bahwa "makan makanan cepat saji tidak baik untuk jantung Anda".

Mengetahui bahwa pola makan junk-food meningkatkan risiko penyakit jantung tidak berarti tidak masuk akal untuk makan burger, kentang goreng, dan nugget. Namun, kedua kognisi tersebut menimbulkan disonansi karena, secara psikologis, tidak masuk akal – setidaknya bagi kebanyakan orang – untuk terlibat dalam perilaku yang meningkatkan risiko penyakit.

# PENJELASAN TEORI

Disonansi adalah teori yang kompleks dengan banyak hipotesis. Itu telah disempurnakan berkali-kali selama bertahun-tahun. Komponen intinya tetap sebagai berikut:

1. Disonansi secara psikologis tidak nyaman, dan secara fisiologis, bahkan secara neurologis, membangkitkan (van Veen et al., 2009; lihat juga Harmon-Jones et al., 2011). Ketidaknyamanan yang timbul dari disonansi mendorong individu untuk mengambil langkah-langkah untuk menguranginya.
2. Disonansi terjadi ketika seorang individu: (a) memiliki dua pemikiran yang jelas tidak selaras, (b) membuat keputusan yang mengesampingkan alternatif yang diinginkan, (c) mengeluarkan upaya untuk berpartisipasi dalam apa yang ternyata menjadi aktivitas yang kurang dari ideal, atau (d) secara umum tidak dapat menemukan pembenaran psikologis yang memadai untuk sikap atau perilaku yang diadopsi.
3. Disonansi digerakkan begitu seorang individu melakukan suatu perilaku, mendorong orang tersebut untuk merasionalisasi pilihan perilaku.
4. Besarnya disonansi bergantung pada sejumlah faktor, termasuk jumlah elemen disonan dan pentingnya masalah.
5. Orang-orang termotivasi untuk mengambil langkah-langkah untuk mengurangi disonansi, termasuk mengubah sikap mereka dalam menanggapi pesan yang persuasif.
6. Agar gairah disonansi mengarah pada perubahan sikap, individu harus secara bebas memutuskan untuk melakukan perilaku yang dianjurkan.
7. Orang mungkin tidak selalu berhasil mengurangi disonansi, tetapi mereka termotivasi untuk mencoba.

# Cara Mengurangi Disonansi

- ✓ Merubah Sikap
- ✓ Menambah Kognisi Konsonan
- ✓ Mengurangi Alternatif yang tidak dipilih
- ✓ Mengubah pentingnya elemen kognitif
- ✓ Menekankan Pikiran
- ✓ Mengubah perilaku



# INNOCULTAION THEORY KOMUNIKASI PERSUASIF

# INNOCULATION THEORY

Teori inokulasi pada dasarnya menetapkan bahwa penolakan terhadap persuasi dapat dipicu dengan mengekspos individu pada sejumlah kecil argumen yang menentang ide tertentu, ditambah dengan kritik yang sesuai terhadap argumen tersebut. Intinya, inokulasi bekerja dengan memperkenalkan ancaman terhadap sistem kepercayaan seseorang dan kemudian menyediakan cara bagi individu untuk mengatasi ancaman tersebut (yaitu, dengan menyangkal pesan kontra sikap).

Seperti yang dicatat oleh Michael Pfau, “Dengan memotivasi penerima, dan kemudian secara preemptif menyangkal satu atau lebih argumen tandingan yang potensial, inokulasi menyebarkan selimut perlindungan yang luas baik terhadap argumen tandingan khusus yang diangkat dalam preemption sanggahan dan terhadap argumen tandingan yang tidak diajukan” (1997, hlm. 137-138 ).

# TEMUAN TEORI

Sejumlah kesimpulan praktis telah muncul dari penelitian ini. Mereka termasuk yang berikut:

1. Inokulasi bisa menjadi senjata yang berguna dalam politik dan hukum.
- 2 Dalam dunia yang dipenuhi dengan persuader yang tidak etis, inokulasi menawarkan teknik untuk membantu orang melawan upaya pengaruh yang tidak diinginkan.



# ACCESSIBILITY THEORY

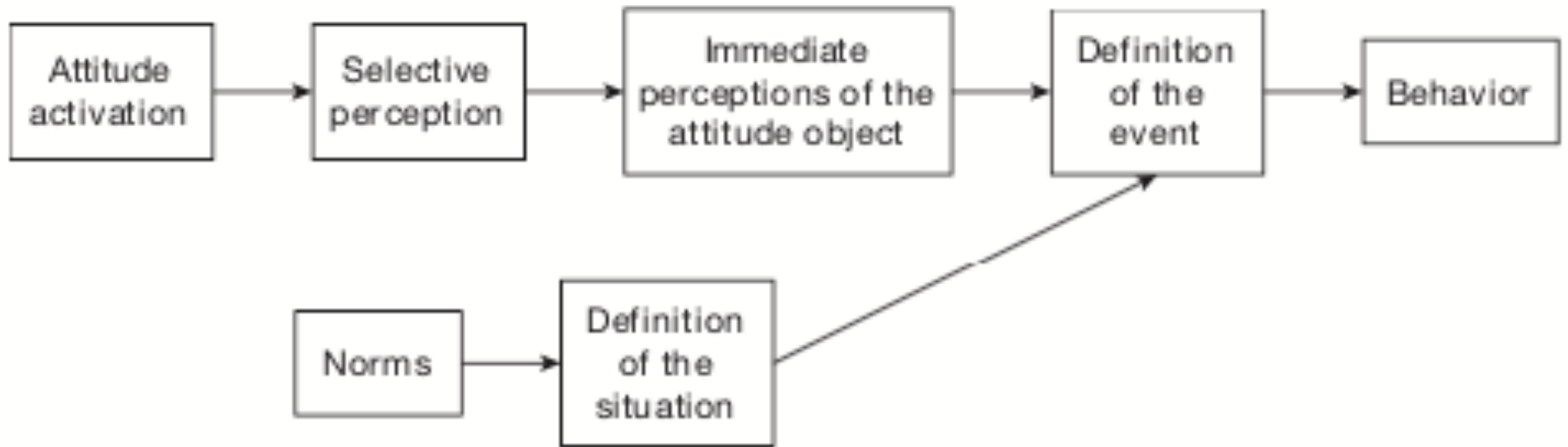
KOMUNIKASI PERSUASIF

# ASUMSI TEORI

Menurut model yang berfokus pada aksesibilitas Fazio (lihat Bab 4), sikap Anda terhadap Ssesuatu hal dapat diakses, atau dapat diaktifkan dengan cepat dari memori.

Sikap Anda dapat memprediksi perilaku pembelian Anda. Sekarang, jika kita mau, kita bisa mengukur keyakinan perilaku, keyakinan normatif, persepsi kontrol perilaku, dan variabel lain dari Model Tindakan Beralasan.

Gagasan inti dari teori aksesibilitas adalah bahwa sikap akan memprediksi perilaku jika mereka dapat diaktifkan dari memori pada saat pengambilan keputusan. Jika seseorang berhubungan dengan sikapnya, dia akan bertindak berdasarkan sikapnya. Jika tidak, dia akan terpengaruh oleh aspek-aspek penting dari situasi tersebut.



# References:

---

*Chapter 3,4,5,7,11*

*Perloff, R. M. (2017). The dynamics of persuasion; communication and attitudes in the 21th century. New York: Routledge*



Sampai jumpa  
di sesi berikutnya...

DOSEN PENGAMPU:

DR. HADI SUPRAPTO ARIFIN  
WENY WIDYOWATI, M.SI.  
PUJI PRIHANDINI, M.I.KOM.