

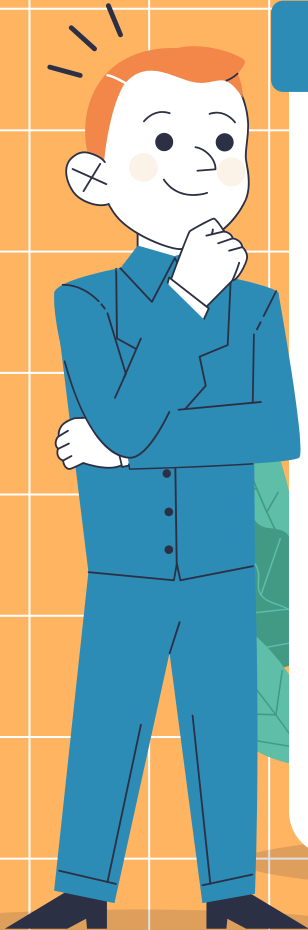
Komunikasi Persuasif & Asertif

Intan Sulistyaningrum Sakkinah, S.Pd., M.Eng



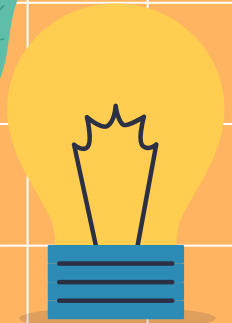
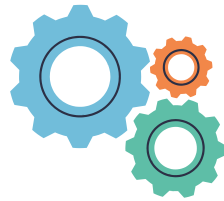
LET'S
GO!





Persuasif

/per·su·a·sif/ /pérsuasif/
bersifat membujuk secara halus (supaya menjadi yakin)





Komunikasi Persuasif



- Komunikasi persuasif adalah mempengaruhi pendapat dan sikap penerima pesan. Dalam prosesnya, persuasi dapat dilakukan baik secara rasional maupun emosional. Dengan cara rasional, komponen kognitif pada diri seorang dapat dipengaruhi. Aspek-aspek yang dipengaruhi dapat berupa ide ataupun konsep, sehingga pada orang tadi terbentuk keyakinan (belief).



Persuasif vs. Motivasi

1. Persuasi dapat berupa implisit atau eksplisit.
2. Motivasi melibatkan **kekuatan, stimulus, atau pengaruh yang cukup untuk membawa perubahan**. Motivasi adalah stimulus sedangkan persuasi adalah proses yang **memaksa audiens Anda untuk mengubah keyakinan dan perilaku mereka**, mengadopsi tempat Anda dan berhubungan dengan argumen Anda.

Bentuk komunikasi persuasif

1. **Iklan**, Di dalam iklan, komunikasi persuasif sering kali komunikasi jenis ini dimanfaatkan sebagai bentuk kegiatan pemasaran. Karena, iklan sendiri merupakan bagian dari jenis promosi. Sehingga, iklan merupakan bagian kecil dari aktivitas promosi yang lebih luas. Iklan inilah yang menggunakan komunikasi persuasif sebagai bahasa mengajak para calon pelanggan untuk menggunakan produknya.
2. **Dakwah**, Dakwah merupakan aktivitas yang bersifat menyerukan seperti layaknya orasi namun sifatnya mengajak orang-orang untuk berjalan ke jalan yang benar. Sehingga, aktivitas ini memerlukan bahasa persuasif yang dapat membuat orang yang mendengar pesan tersebut menjadi ikut pengaruh dalam bahasa dan kata-kata yang disampaikan. Aktivitas inilah yang kerap kali dilupakan kalau menggunakan persuasif tapi bukan dogmatis.
3. **Pamflet**, Pamflet merupakan bentuk komunikasi persuasif secara verbal yang berbentuk tulisan. Bentuk ini sebenarnya masuk ke dalam kategori iklan. Namun, pada umumnya di jaman sekarang menjadi paradigma dalam bentuk audio visual. Di dalam pamflet pastinya berunsur iklan yang bersifat mengajak, sehingga pamflet merupakan salah satu bentuk komunikasi persuasif.

Prinsip Komunikasi Persuasif

1. Timbal Balik (Reciprocity) - Timbal balik adalah harapan untuk pertukaran layanan atau nilai secara timbal balik. Anda membangun dalam sekejap membuat orang merasa terdesak dari norma dan standar sosial untuk membalas begitu Anda memimpin dan memberi. - be the first to give -
2. Kelangkaan (Scarcity)- Orang umumnya tertarik pada sesuatu yang langka dan eksklusif. Kelangkaan adalah gagasan tentang persediaan yang terbatas atau sumber daya yang tidak memadai.
3. Otoritas (Authority)- Kepercayaan adalah kebajikan yang paling penting untuk keputusan pembelian. Keahlian Anda perlu diketahui agar Anda mendapatkan kredibilitas. Referensi ahli dan keahlian melibatkan prinsip otoritas.

Prinsip Komunikasi Persuasif (2)

4. **Komitmen dan Konsistensi (Commitment and Consistency)**- Sulit untuk mengingat komunikasi lisan setiap saat. Untuk meyakinkan seseorang, tawarkan secara konsisten prinsip anda hingga bisa mempengaruhi lawan bicara
5. **Konsensus (Consensus)**- Orang cenderung saling memandang saat melakukan pembelian atau keputusan. Mentalitas kawanan berlaku di antara manusia pada tingkat yang lebih tinggi di seluruh umat manusia. Ketika kita tidak memiliki cukup informasi tentang sesuatu, kita cenderung mengikuti jalan orang lain. Kecenderungan individu untuk mengikuti pemimpin kelompok adalah prinsip konsensus.
6. **Menyukai (Liking)**- Komunikasi yang efektif berjalan seiring dengan keamanan. Kita lebih cenderung melakukan percakapan atau berinteraksi hanya ketika kita merasa aman. Kami tertarik pada orang-orang yang menyukai kami dan berkomunikasi dengan kami. Hal ini cukup efektif. Kami juga tertarik pada orang-orang yang seperti kami tanpa memandang kasta, ras, dan latar belakang sosial ekonomi lainnya.

Strategi Persuasif

1. Memahami Produk, Layanan, atau Ide - Mengetahui produk, ide, atau layanan dengan cukup baik. Diinformasikan dengan baik tentang produk. Produk harus digunakan, dan penggunaan produk harus dipantau. Membandingkan produk dengan pesaing di pasar. Mintalah umpan balik dari orang lain. Mengetahui jawaban dari pertanyaan berikut:
 - Apa gunanya barang atau layanan itu bagi penggunanya?
 - Apa saja fitur-fiturnya yang lebih unggul dari yang lain? (desain, manufaktur, manfaat penerima)
 - Apa yang membuat produk atau ide berbeda dan lebih unggul dari yang lain?
 - Berapa biaya yang harus ditanggung pengguna?
2. Pengetahuan tentang Audiens - Kepada siapa pesan itu ditujukan? Apa keinginan dan kebutuhan konsumen? Apakah pesan ditujukan kepada individu atau sekelompok individu? Jika sekelompok individu, apa kesamaan antara individu-individu dalam kelompok itu? Apa tujuan, pekerjaan dan pendidikan yang dikejar oleh kelompok individu? Berapa banyak persyaratan mereka yang telah dipenuhi dengan produk ini atau produk lain? Bagaimana perbedaan budaya akan mempengaruhi produk Anda? Ini membutuhkan prediksi argumen yang mungkin datang dari audiens dan memiliki respons yang masuk akal terhadap argumen tersebut. Hal ini membutuhkan identifikasi tindakan yang diinginkan.

Tujuan Komunikasi Persuasif

1. Merangsang (Stimulate): Berguna untuk memperkuat keyakinan komunikan dengan apa yang disampaikan komunikator, untuk itu perlu disampaikan suatu fakta.
2. Meyakinkan (Convince): Proses ini bertujuan untuk meyakinkan individu sehingga memunculkan perubahan emosi, seperti keyakinan, penilaian, sikap, dll.
3. Ajakan bertindak (Call to act): Opsi ini, komunikator mengajak komunikan untuk bertindak dengan mencuri perhatian mereka. Dengan tujuan untuk meningkatkan rasa ingin tahu, atau memecahkan masalah serta mengusulkan opsi-opsi solusi terkait objek yang diperbincangkan.

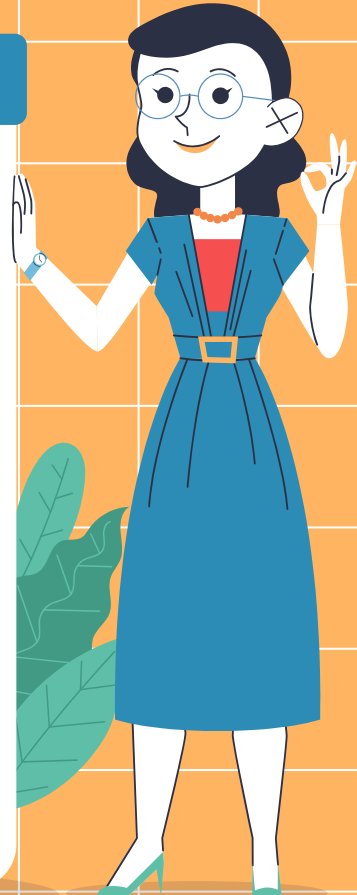
Hasil Komunikasi Persuasif

1. Perubahan sikap (attitude change), komunikasi persuasif ini diharapkan dapat mengubah pola pikir yang mana pola pikir ini membuat komunikan mengubah sikapnya terhadap pesan apa yang diterimanya.
2. Perubahan pendapat (opinion change), seorang komunikan pastinya memiliki pendapat atau anggapan yang berbeda dari seorang komunikator. Sehingga, perlu adanya komunikasi persuasif ini sebagai alat mengubahnya pola pikir komunikan yang membuat komunikan ini mengikuti pendapat atau anggapan yang disampaikan oleh seorang komunikator. Baca juga: Etika Komunikasi
3. Perubahan perilaku (behavior change), perubahan sikap ini sebenarnya masuk ke dalam kategori perubahan sikap. Namun, perilaku ini merupakan suatu dampak dari sikap. Ketika sikap berubah, maka perilaku pada seseorang atau komunikan pun juga ikut berubah mengikuti pola pikir dari pesan yang ia terima.
4. Perubahan sosial (sosial change). Perubahan sosial inilah yang merupakan salah satu dampak dari adanya bahasa yang persuasif. Komunikator yang berbahasa persuasif akan membawa perubahan dalam lingkungan masyarakat, pola pikir, hingga perilaku masyarakat. Hal ini dapat ditemukan pada seorang Lurah yang menyampaikan informasi persuasif agar masyarakat desa mengikuti program pemerintah. Dengan adanya bahasa yang persuasif yang bersifat mengajak ini, dapat mampu mengubah pola pikir masyarakat desa untuk mengikuti program pemerintah yang disampaikan seorang Lurah sebagai komunikator.



Komunikasi Asertif

a.ser.tif /asèrtif/
Tegas





Komunikasi Asertif

- Komunikasi asertif adalah kemampuan untuk berbicara dan berinteraksi dengan cara yang mempertimbangkan dan menghormati hak dan pendapat orang lain sambil juga membela hak, kebutuhan, dan batasan pribadi Anda sendiri.
- Keterampilan komunikasi yang asertif menciptakan peluang untuk diskusi terbuka dengan berbagai pendapat, kebutuhan dan pilihan untuk didengar dan dipertimbangkan dengan hormat untuk mencapai win-win solution untuk masalah tertentu. Hal ini dapat memperkuat hubungan Anda, mengurangi stres akibat konflik, dan memberi Anda dukungan sosial saat menghadapi masa-masa sulit.

Assertiveness vs. Aggression

1. Ketegasan didasarkan pada keseimbangan. Itu membutuhkan keterbukaan tentang keinginan dan kebutuhan Anda, sambil tetap mempertimbangkan hak, kebutuhan, dan keinginan orang lain. Ketika Anda tegas, Anda percaya diri dan menarik kekuatan dari sini untuk menyampaikan maksud Anda dengan tegas, adil, dan dengan empati.
2. Perilaku agresif didasarkan pada kemenangan. Anda melakukan apa yang menjadi kepentingan terbaik Anda sendiri tanpa memperhatikan hak, kebutuhan, perasaan, atau keinginan orang lain. Ketika Anda agresif, kekuatan yang Anda gunakan adalah egois. Anda mungkin terlihat memaksa atau bahkan menggertak. Anda mengambil apa yang Anda inginkan, seringkali tanpa meminta.

Aggression

Force your needs or opinions on others.

Often involves bullying or pushing other around.

Only your needs matter.

No compromise.

Damages relationships.

May lead to shouting or physical aggression.

Damages self-esteem.

Assertiveness

Express your needs clearly but respectfully.

Others are treated with respect.

Consider the needs of others as well as yours.

Often compromise.

Strengthens relationships.

Using clear language to get point across.

Builds self-esteem.

Keuntungan Berperilaku Asertif

1. Menjadi manajer hebat. Mereka mampu menyelesaikan sesuatu dengan memperlakukan orang dengan adil dan hormat, dan diperlakukan oleh orang lain dengan cara yang sama sebagai balasannya. Ini berarti bahwa mereka sering disukai dan dipandang sebagai pemimpin yang ingin diajak bekerja sama.
2. Negosiasikan win-win solution yang berhasil. Mereka mampu mengenali nilai posisi lawan mereka dan dapat dengan cepat menemukan titik temu dengan mereka.
3. Memecahkan masalah dengan baik. Mereka merasa diberdayakan untuk melakukan apa pun untuk menemukan solusi terbaik untuk masalah yang mereka hadapi.
4. Mengurangi kecemasan dan stres. Mereka percaya diri dan tidak merasa terancam atau menjadi korban ketika segala sesuatunya tidak berjalan sesuai rencana atau seperti yang diharapkan.
5. Memiliki kepuasan kerja yang lebih besar. Mereka merasa percaya diri untuk mengatakan "ya" kepada orang tersebut dan "tidak" pada tugas tersebut, dan mempertahankan batasan.

Cara Menjadi Asertif

1. Hargai Diri Anda dan Hak Anda

Untuk menjadi lebih tegas, Anda perlu mendapatkan pemahaman yang baik tentang diri Anda, serta keyakinan yang kuat pada nilai bawaan Anda dan nilai Anda bagi organisasi dan tim Anda.

Kepercayaan diri inilah yang menjadi dasar kepercayaan diri dan perilaku asertif. Ini akan membantu Anda untuk mengenali bahwa Anda pantas diperlakukan dengan bermartabat dan hormat, memberi Anda kepercayaan diri untuk membela hak-hak Anda dan melindungi batasan Anda, dan untuk tetap setia pada diri sendiri, keinginan dan kebutuhan Anda.

Cara Menjadi Asertif

2. Suarakan Kebutuhan dan Keinginan Anda dengan Percaya Diri

Jika Anda ingin menampilkan potensi penuh Anda, maka Anda perlu memastikan bahwa prioritas Anda – kebutuhan dan keinginan Anda – terpenuhi. Jangan menunggu orang lain untuk mengenali apa yang Anda butuhkan. Anda mungkin menunggu selamanya! Ambil inisiatif dan mulailah mengidentifikasi hal-hal yang Anda inginkan sekarang. Kemudian, tetapkan tujuan sehingga Anda dapat mencapainya.

Setelah Anda melakukan ini, Anda dapat memberi tahu atasan atau kolega Anda apa yang Anda butuhkan dari mereka untuk membantu Anda mencapai tujuan ini dengan cara yang jelas dan percaya diri. Dan jangan lupa untuk tetap berpegang pada senjata Anda. Bahkan jika apa yang Anda inginkan tidak mungkin saat ini, tanyakan (dengan sopan) apakah Anda dapat meninjau kembali permintaan Anda dalam waktu enam bulan.

Temukan cara untuk membuat permintaan yang menghindari mengorbankan kebutuhan orang lain. Ingat, Anda ingin orang lain membantu Anda, dan meminta sesuatu dengan cara yang terlalu agresif atau memaksa cenderung membuat mereka menunda melakukan hal ini dan bahkan dapat merusak hubungan Anda.

Cara Menjadi Asertif

3. Akui Bahwa Anda Tidak Dapat Mengontrol Perilaku Orang Lain

Jangan membuat kesalahan dengan menerima tanggung jawab atas bagaimana orang bereaksi terhadap ketegasan Anda. Jika mereka, misalnya, bertindak marah atau kesal terhadap Anda, cobalah untuk tidak bereaksi dengan cara yang sama.

Ingatlah bahwa Anda hanya dapat mengendalikan diri dan perilaku Anda sendiri, jadi lakukan yang terbaik untuk tetap tenang dan terukur jika keadaan menjadi tegang. Selama Anda bersikap hormat dan tidak melanggar kebutuhan orang lain, maka Anda berhak mengatakan atau melakukan apa yang Anda inginkan.

Cara Menjadi Asertif

4. Ekspresikan Diri Anda dengan Cara yang Positif

Sangat penting untuk mengatakan apa yang ada di pikiran Anda, bahkan ketika Anda memiliki masalah yang sulit atau negatif untuk dihadapi. Tetapi Anda harus melakukannya secara konstruktif dan sensitif. Jangan takut untuk membela diri sendiri dan menghadapi orang-orang yang menantang Anda dan/atau hak Anda. Anda bahkan bisa membiarkan diri Anda marah! Tetapi ingatlah untuk mengendalikan emosi Anda dan tetap menghormati setiap saat.

Manfaat Komunikasi Asertif di Lingkungan Kerja

1. Membuat kamu lebih percaya diri ketika mengungkapkan ide atau gagasan kepada rekan kerja lainnya.
2. Lebih jujur dan transparan karena kamu berusaha untuk tidak menyembunyikan apa yang kamu pikirkan dari orang lain.
3. Mampu menentukan batasan untuk mengatakan tidak pada permintaan yang kerap tidak jelas.
4. Mampu memberi delegasi yang jelas kepada bawahannya.
5. Mampu mengelola konflik secara lebih baik.
6. Membantumu ketika menghadapi atasan yang sulit.
7. Menghindari kelelahan akibat beban kerja yang terlalu banyak ketika kamu tidak dapat menolaknya.

Cara meningkatkan komunikasi asertif

1. Menggunakan ekspresi yang nyaman untuk dipandang dan selalu menjaga pandangan mata secara baik;
2. Menjaga intonasi dalam memberikan ketegasan tapi dapat menyenangkan orang lain;
3. Mendengarkan secara baik lawan bicara yang sedang mengatakan sesuatu;
4. Menanyakan pertanyaan apabila membutuhkan penjelasan;
5. Menyatakan apa yang sedang dipikirkan dan dirasakan jangan terlalu memaksa ataupun terlalu meminta maaf;
6. Selalu berpandang untuk menemukan solusi terbaik dalam menyelesaikan suatu masalah.

THE RIGHT TO ASSERTIVENESS

www.rauflorin.ro

You have the right to be treated with respect by others no matter the social or ierarhic status.

You have the right to decide what are your objectives and priorities.

You have the right to deny, to answer with "No", "I don't know" or "I don't understand"

You have the right to life your life as you like.

You have the right to make mistakes.

You have to right to express your needs and ask for what you want.

You have the right to be acceped as imperfect

You have the right to choose for yourself.




You have the right to establsh what is important and what is less important for you.

You have the right to change and evolve.

You have the right to get angry at a person you care about.

You have the right to change your mind.

You have the right to ask for information and help.



“Persuasion can go through
obstacles that force cannot.”

—Yusuf A. Leinge





Referensi

1. https://www.youtube.com/watch?v=cFdCzN7RYbw&t=191s&ab_channel=influenceatwork
2. <https://lampinternationaltt.com/how-can-i-be-more-persuasive-and-assertive-at-work/>