

The background features a stylized illustration of a desk. On the left, a desk lamp with a green shade and a red neck sits on a dark blue desk. Next to it is a potted plant with green leaves in a dark blue pot with a red stripe. In the center, a green and blue pen holder contains several pens. To the right, there is a stack of three books (blue, green, and red) and a red pencil lying diagonally across them. The entire scene is set against a light green background.

DASAR-DASAR KOMUNIKASI PERSUASI

oleh kelompok 7

APA ITU KOMUNIKASI PERSUASIF?

**KOMUNIKASI YANG BERTUJUAN
UNTUK MENGUBAH ATAU
MEMENGARUHI KEPERCAYAAN,
SIKAP, DAN PERILAKU SESEORANG
SEHINGGA BERTINDAK SESUAI
DENGAN APA YANG DIHARAPKAN
OLEH KOMUNIKATOR.**



SIKAP APA SAJA YANG HENDAK DIPENGARUHI?



1. Kognitif

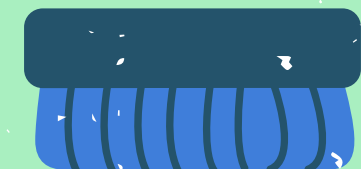
Perilaku di mana individu mencapai tingkat "tahu" pada objek yang diperkenalkan.

2. Afektif

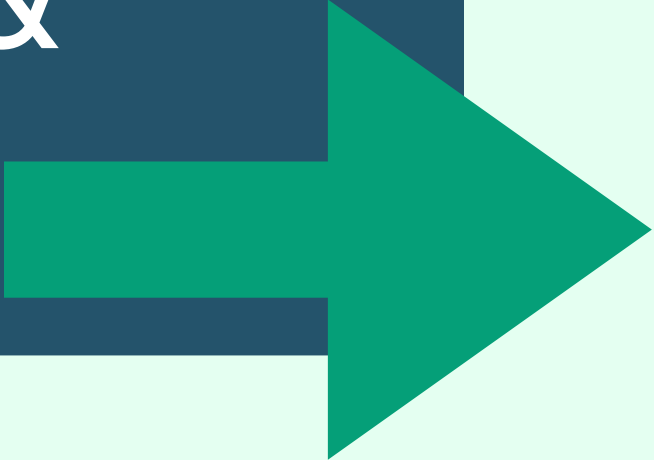
perilaku di mana individu mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka pada objek.

3. Konatif

perilaku di mana individu melakukan sesuatu tindakan terhadap objek.



4 prinsip persuasi
menurut
Little John &
Jabusch

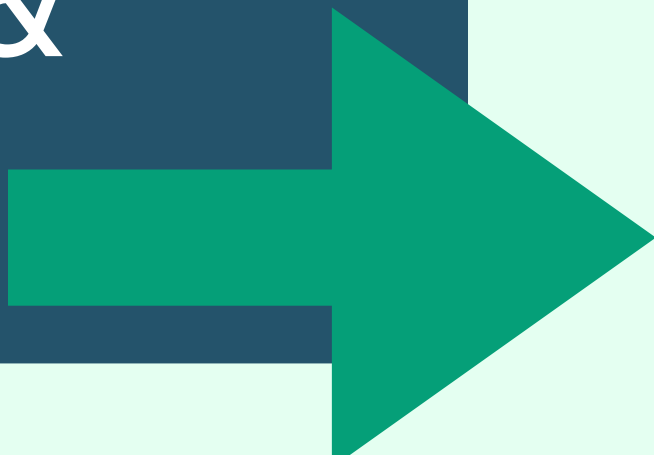


1. PRINSIP PEMAPARAN SELEKTIF

Pendengar akan secara aktif mencari informasi yang mendukung opini, kepercayaan, nilai, keputusan dan perilaku mereka.

Pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, kepercayaan, sikap, nilai dan perilaku mereka yang sekarang.

4 prinsip persuasi
menurut
Little John &
Jabusch

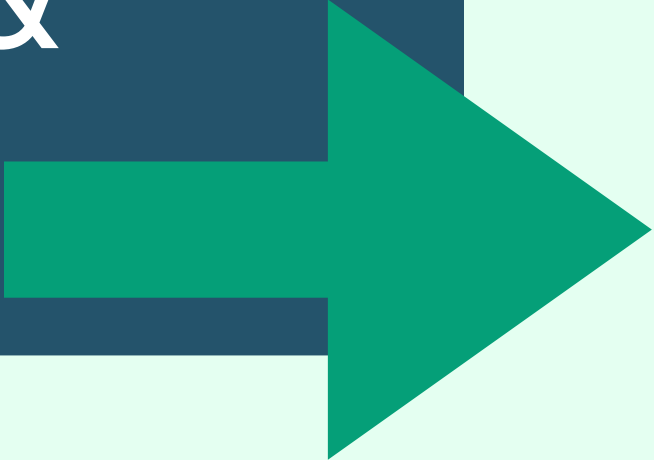


1. PRINSIP PEMAPARAN SELEKTIF

Pendengar akan secara aktif mencari informasi yang mendukung opini, kepercayaan, nilai, keputusan dan perilaku mereka.

Pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, kepercayaan, sikap, nilai dan perilaku mereka yang sekarang.

4 prinsip persuasi
menurut
Little John &
Jabusch

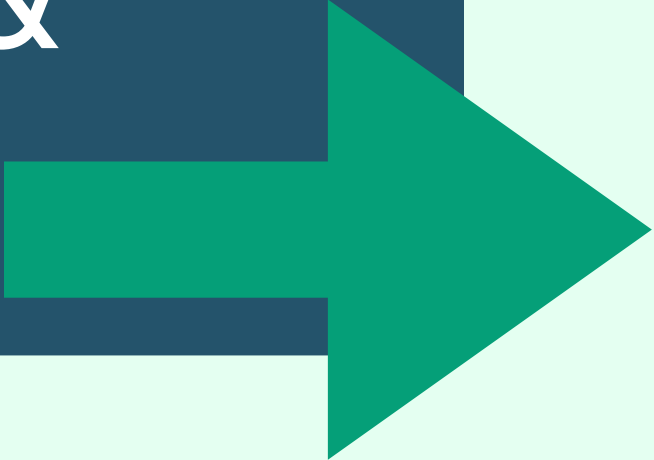


1. PRINSIP PEMAPARAN SELEKTIF

Pendengar akan secara aktif mencari informasi yang mendukung opini, kepercayaan, nilai, keputusan dan perilaku mereka.

Pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, kepercayaan, sikap, nilai dan perilaku mereka yang sekarang.

4 prinsip persuasi
menurut
Little John &
Jabusch

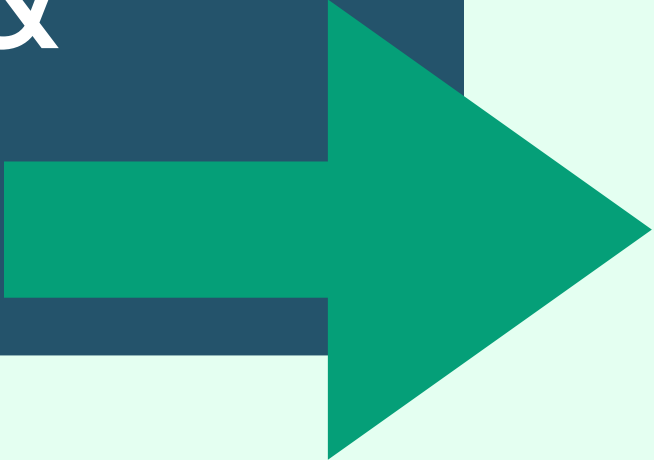


2. PRINSIP PARTISIPASI KHALAYAK

Persuasi akan berhasil bila
komunikator berpartisipasi
aktif dalam presentasi
Komunikator,




4 prinsip persuasi
menurut
Little John &
Jabusch

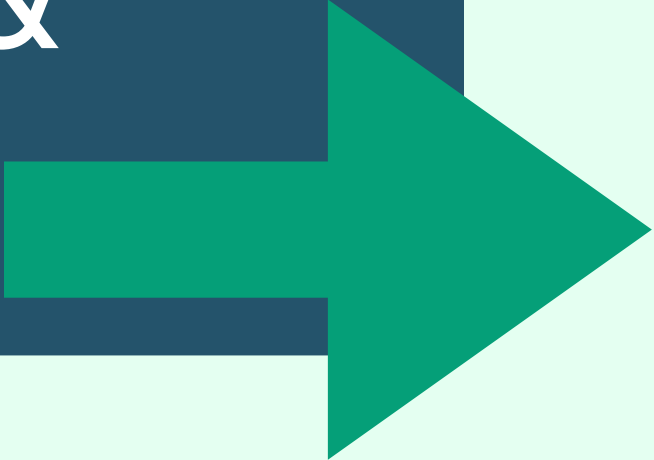


3. PRINSIP INOKULASI

menghadapi sasaran
persuasi yang terinokulasi,
atau sasaran yang telah
mengetahui posisi
persuader dan telah
menyiapkan berupa
argument untuk
menentanginya.



4 prinsip persuasi
menurut
Little John &
Jabusch



3. PRINSIP BESARAN PERUBAHAN

semakin besar dan semakin penting perubahan yang diinginkan oleh persuader, maka semakin besar tantangan dan tugas untuk mencapai tujuan persuasi.



MACAM MACAM PEMBICARRAN PERSUASIF

argumen dan bukti

daya tarik
psikologis



