



Jurnal Islamika Granada

Available online <https://penelitimuda.com/index.php/IG/index>

Membangun Komunikasi dan Persuasi Yang Efektif

Building Effective Communication and Persuasion

Farida Hanum Siregar*

Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area, Indonesia

*Corresponding author: siregardedede9@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, serta menggunakan rujukan dari jurnal maupun buku sebagai sumber primer maupun sekunder. manusia dan komunikasi merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Manusia pada dasarnya memiliki keinginan untuk selalu terhubung dengan orang lain. Agar hubungan tersebut dapat terjalin dengan baik, maka didalam melakukan hubungan tersebut perlu dijalin komunikasi. Dan didalam melakukan komunikasi tentunya perlu ada etika yang dijunjung agar suatu komunikasi dapat berjalan dengan baik. Keinginan manusia untuk mempengaruhi orang lain hingga mampu membujuk orang lain dengan tujuan mengubah sikap, pendapat dan keyakinan sesuai keinginan komunikator, disebut sebagai komunikasi persuasif. Dimana pada defenisi "ajakan" atau "bujukan" adalah tanpa unsur ancaman/paksaan.

Kata Kunci: Manusia; Komunikasi; Persuasi.

Abstract

This study uses a qualitative approach to literature study, and uses references from journals and books as primary and secondary sources. Humans and communication are an inseparable unit. Humans basically have a desire to always connect with other people. In order for these relationships to be well established, communication needs to be established in carrying out these relationships. And in communicating, of course, there needs to be ethics that are upheld so that communication can run well. The human desire to influence others to be able to persuade others with the aim of changing attitudes, opinions and beliefs according to the wishes of the communicator, is referred to as persuasive communication. Where in the definition of "invitation" or "persuasion" is without the element of threat / coercion

Keywords: Human; Communication; Persuasion.

How to Cite: Siregar, Farida Hanum. 2022. Membangun Komunikasi dan Persuasi yang Efektif,, *Jurnal Islamika Granada*, 3 (1): 1-4.

PENDAHULUAN

Manusia dan komunikasi adalah satu kesatuan. Komunikasi adalah sifat manusia dan kita tidak bisa hidup tanpa komunikasi. Adanya komunikasi yang melekat pada diri manusia seringkali membuat kita tidak menyadarinya. Manusia cenderung berpikir bahwa mereka memiliki kemampuan untuk berkomunikasi. Namun, akibatnya, itu menciptakan masalah yang berkaitan dengan komunikasi dan manusia harus menyelesaikannya sendiri. Subjek utama dari struktur manusia adalah manusia itu sendiri. Karena hanya manusia yang memiliki akal dan kemauan untuk keluar dari situasi yang tidak menyenangkan.

Dalam kehidupan sosial yang beragam saat ini, banyak orang berjuang untuk membentuk hubungan timbal balik dalam suasana yang harmonis. Menurut Thomas Hobbes, sulit bagi manusia untuk memiliki kesempatan untuk menjalani kehidupan yang damai dan bahagia karena mereka memiliki motif agresif dan jahat terhadap orang lain, atau mereka menyebutnya *homo homini lupus*, sehingga peluang untuk merasakan hidup damai dan penuh kebahagiaan susah untuk dicapai. Terhindar dari kekerasan, kejahatan dan bebas dari kebencian. Koeksistensi damai adalah perjuangan terus-menerus dari semua manusia (dalam Leahy, 1981: 3). Kecenderungan manusia untuk memperoleh kesenangan bagi dirinya sendiri dan memuaskan keinginannya mengarah pada kejadian yang tidak terduga karena kurangnya perhatian.

Di sisi lain, manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri. Selalu ingin terhubung dengan orang lain dengan cara yang positif. Abraham Maslow menyebutnya "kebutuhan akan cinta" atau "*belongingness*". Hidup dalam damai, saling peduli, mencintai dan berbagi juga merupakan bagian dari kehidupan manusia.

Komunikasi adalah peristiwa sosial yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lainnya. Colin Cherry mendefinisikan komunikasi sebagai "upaya untuk menciptakan unit sosial individu menggunakan bahasa atau symbol. Menyatukan seperangkat aturan untuk kegiatan yang berbeda untuk mencapai tujuan." Hovland dkk (1953) menggambarkan komunikasi sebagai proses dimana individu memancarkan rangsangan untuk memodifikasi perilaku individu lainnya. Betapapun pentingnya komunikasi dalam aktivitas manusia sehari-hari, perlu diperhatikan nilai-nilai atau norma-norma yang menjadi pedoman individu atau kelompok dalam mengatur perilakunya.

Etika sering disebut sebagai filsafat moral yang membahas apakah tindakan manusia itu benar atau salah dan sekaligus menekankan kewajiban manusia. Etika adalah pertanyaan tentang bagaimana manusia berperilaku atau seharusnya berperilaku (Mufid, 2009: 174).

Kebaikan perilaku manusia dapat dirasakan oleh orang lain, yang erat kaitannya dengan ketepatan penyampaian berita, dan dapat dianggap sebagai apa yang orang lain sebut dengan makna yang sama atau komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif dapat diartikan sebagai diterimanya suatu pesan oleh komunikator atau *receiver* sesuai dengan pesan yang dikirim oleh *sender* atau komunikator, dan *receiver* atau komunikator memberikan respon yang positif seperti yang diharapkan (Maulana & Gumelar, 2013).

Dalam cerita *The Story of Blindman*, seorang pengemis duduk di tepi jalan yang teduh di tengah pusat bisnis pusat kota yang ramai lalu lalang orang, dengan sekaleng uang receh. Dia memohon uang kepada orang yang lewat dengan kata-kata "Beri aku uang, aku buta" di karton lusuh di sebelah mesin kasir. Tapi tidak banyak orang yang memberinya uang.

Seorang wanita berpakaian necis dan terlihat sebagai terpelajar lewat dan memberinya beberapa koin dan menemukan sebuah artikel di dekat tempat uang receh. Dia mengambil karton, menulis sesuatu, dan kemudian mengembalikannya ke posisi semula. Tak lama, orang-orang berhenti untuk membaca, dan orang-orang memberinya uang kepada pengemis itu. Ketika sore menjelang wanita terpelajar kembali untuk melihat pengemis, pengemispun bertanya kepadanya, "Apa yang kau tuliskan dikertas sehingga orang-orang lebih bersympati padaku?". Wanita terpelajar itu menjawab, aku menulis "*hari ini begitu cerahnya, sungguh bersyukur bagi Anda yang dapat melihatnya, sementara aku tidak bisa melihatnya*".

METODE

Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan studi pustaka. Pada kajian ini menjelaskan secara bertahap komunikasi dan persuasif yang efektif berdasarkan dari berbagai artikel jurnal maupun buku yang sekaligus juga menjadi data primer berikut sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inti dari komunikasi yang dihasilkan adalah proses berekspresi antar manusia. Semua manusia tertarik untuk mengkomunikasikan pikiran atau perasaan yang dimiliki manusia. Tentu saja, ekspresi pikiran dan perasaan menggunakan dan memanfaatkan bahasa sebagai media komunikasi. Dalam bahasa komunikasi, setiap orang atau sesuatu yang menyampaikan sesuatu disebut komunikator. Sesuatu yang disampaikan atau diekspresikan adalah pesan (*message*). Seseorang atau sesuatu yang menerima pesan adalah komunikan (*communicate*).

Kata efektif secara etimologis didefinisikan sebagai pencapaian tujuan yang diinginkan (*producing desired result*), efek yang menyenangkan (*having a pleasing effect*), dan nyata (*actual and real*). Dengan demikian, komunikasi efektif dapat diartikan sebagai penerimaan pesan baik oleh komunikator maupun *receiver* tergantung pada pesan yang dikirim oleh *sender* atau komunikator, yang kemudian memberikan respon positif seperti yang diharapkan.

Dengan demikian, jika terjadi arus informasi atau pesan dua arah antara komunikator dan komunikan, maka komunikasi yang efektif dapat terjadi dan informasi tersebut akan ditanggapi secara merata sesuai harapan kedua pelaku komunikasi.

Siapapun bisa berkomunikasi. Namun, tidak semua orang dapat berkomunikasi dengan baik dan efektif.

Pembahasan persuasi tidak dapat dipisahkan dari kajian psikologi. Psikologi, dengan studi utamanya tentang perilaku manusia, bertujuan untuk berkomunikasi dan

membujuk dari perspektif yang lebih personal dan unik. Psikologi memandang manusia sebagai objek utama komunikasi, yang berperan penting dalam arus informasi, ide, konsep, dan semua materi komunikasi yang berhubungan dengan berbagai objek di sekitarnya.

Dalam mempelajari komunikasi persuasif, sangat penting untuk memahami aspek filosofis dari komunikasi persuasif. Seperti halnya sains, ada tiga aspek filosofi keilmuan: aspek ontologiy, aspek epistemologiy, dan aspek aksiologi.

Aspek ontologiy menyangkut pertanyaan tentang apa yang dipelajari oleh suatu ilmu, aspek epistemologiy menyangkut pertanyaan tentang bagaimana memperoleh pengetahuan, dan aspek epistemologis menyangkut pertanyaan penggunaan ilmu tersebut.

SIMPULAN

Manusia dan komunikasi merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Manusia, pada dasarnya, selalu memiliki keinginan untuk terhubung dengan orang lain. Agar hubungan tersebut dapat berjalan dengan baik, komunikasi harus terjadi ketika melakukan hubungan tersebut. Dan tentunya dalam berkomunikasi harus ada etika agar dapat berkomunikasi dengan baik.

Komunikasi persuasif adalah keinginan manusia untuk mempengaruhi orang lain sehingga mereka dapat membujuk mereka untuk mengubah sikap, pendapat, dan keyakinannya sesuai dengan keinginan komunikator. Dimana tidak ada unsur intimidasi/pemaksaan dalam pengertian “ajakan” atau “bujukan”.

DAFTAR PUSTAKA

- Bdk.Louis Leahy. 1981.*Manusia Sebuah Misteri, Sintesa Filosofis tentang Makhluk Paradoksal*, Jakarta: Gramedia
- Burgon & Huffner (2002). *Human Communication*. London: Sage Publication
- Cherry, C. (1957) *On Human Communication*. Wiley.
- Darmodiharjo, D dan Shidarta. (2004). *Pokok-Pokok Filsafat Hukum*. Jakarta: Gramedia
- Maulana, H & Gumilar, G. 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*.
- Mufid, M. 2009. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: PrenadaMedia Group.