

A woman in a white blouse and black skirt stands in a meeting room, smiling and gesturing towards a whiteboard. A man in a grey blazer stands next to the whiteboard, also smiling. Two other people, a man with a beard and a woman in a blue blazer, are seated at a table in the foreground, looking towards the presenter. The room has large windows with blinds and a bookshelf in the background.

# **SPEAKING TO PERSUADE**

**Oleh: Maya Rachmawaty, MSc**

# JENIS PUBLIC SPEAKING

**SPEAKING TO  
INFORM**

**SPEAKING TO  
PERSUADE**

**SPEAKING TO  
INSPIRE**

**SPEAKING TO  
ENTERTAIN**

# PERSUASIVE SPEAKING



Persuasi adalah bentuk penyampaian pesan dengan tujuan untuk mengubah **kepercayaan** atau **tindakan** seseorang.

**Audiens memiliki pilihan** untuk setuju atau tidak setuju dengan pembicara.

**PERSUASIVE SPEAKING ≠ PROPAGANDA**

# Successful Persuasive Speaking



**A. Perencanaan yang matang**

**B. Dibawakan oleh pembicara yang kredibel**

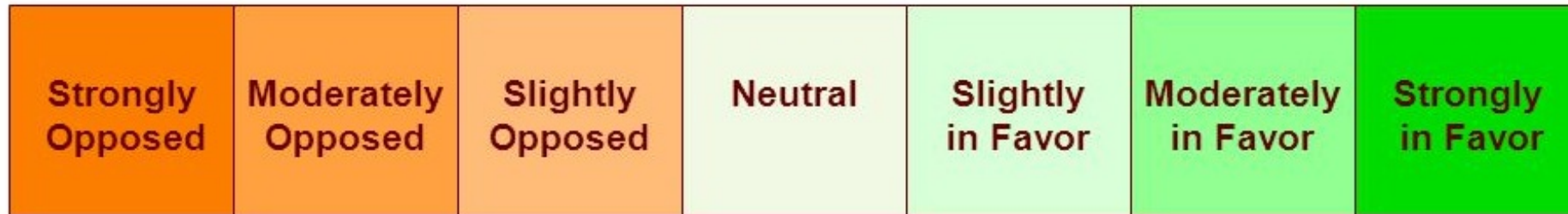
**C. Penyusunan materi: ill-blame-cure-call of action**

# A. Rencana yang matang

- Pelajari audiens, tentukan posisi awal audiens
- Fokus pada spesifik target audiens
- Tentukan Target Capaian yang Logis (1-2 bar perpindahan)



# PERSUASIVE BOARD



**Persuasion involves any movement by a listener from left to right**

# TARGET AUDIENS



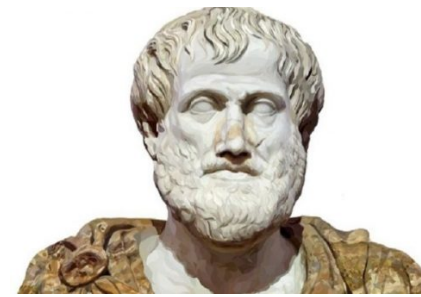
- 🎯 **Setuju**
- 🎯 **Tidak Setuju**
- 🎯 **Netral**

## B. SIKAP PEMBICARA

- 🎬 **ETHOS** berarti pembicara harus dapat dipercaya apa yang disampaikan semua berdasarkan fakta dan kebenaran
- 🎬 **LOGOS** berarti pembicara harus mampu menyampaikan pesannya secara logis, bukan hanya membual belaka
- 🎬 **PHATOS** berarti pembicara mampu membangun hubungan emosional dengan audiensnya



# TEORI RETORIKA ARISTOTELES (FILSUF YUNANI KUNO)



**ETHOS** Credibilitas pembicara:

- Personal branding
- Facts
- Confidence

**PEMBICARA  
YANG  
BERKUALITAS**

**LOGOS**

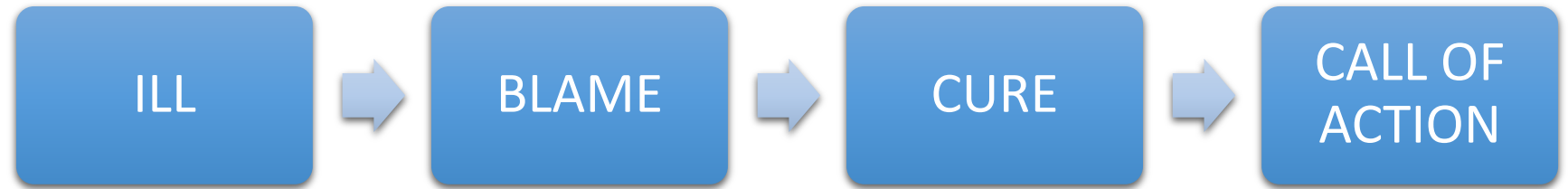
Pesan disusun  
dengan logic atau  
masuk akal

**PATHOS**

Pembicara harus mampu  
menyentuh sisi emosional  
audiens



## C. Penyusunan Materi Persuasive



**Ill** → Identifikasi fokus permasalahan

**Blame** → Jelaskan penyebab terjadinya permasalahan

**Cure** → Jelaskan solusi penyelesaian masalah

**Call of action** → Beri tahu audiens apa yang bisa dia lakukan

# PSIKOLOGI AUDIENS PADA PROSES PERSUASI

How They  
Process

How They  
React

# MEMPROSES PESAN PERSUASIF

- 🌀 Audiens akan melakukan **DIALOG MENTAL** dengan pembicara
- 🌀 Audiens akan menilai kredibilitas, cara penyampaian, materi pendukung, bahasa, alasan dan ketertarikan emosial

# MEMPROSES PESAN PERSUASIF

🎧 Inilah titik critical, pembicara harus menjawab semua **pertanyaan** yang muncul, bereaksi terhadap setiap **kritikan** dan jika ada **celah** dalam argumen harus diisi dengan alasan yang kuat

# **PERTANYAAN DALAM BATIN AUDIENS**

**Pertanyaan mengenai FAKTA**

**Pertanyaan mengenai VALUE**

**Pertanyaan mengenai KEBIJAKAN**

# PERTANYAAN FAKTA

❁ Salah atau Benar?

❁ Pertanyaan punya jawaban yang absolut atau spekulasi

A. Contoh Absolut: Siapakah Presiden RI? Apa warna bendera RI?

B. Contoh Spekulasi: Akankah kondisi ekonomi Indonesia membaik? Apakah ada kehidupan lain di luar bumi?

# CONTOH

- Tujuan spesifik: untuk meyakinkan para pecinta sastra bahwa William Shakespeare tidak menulis karyanya sendiri
- Ide pokok: Sejumlah karya William Shakespeare ditulis oleh Francis Bacon atau Edward de Vere

## Outline:

- I. Bukti biografi dan teks yang menunjukkan Shakespeare tidak menulis karyanya sendiri
- II. Bukti sejarah bahwa Francis Bacon yang menulis karya sastra milik Shakespeare





## PERTANYAAN VALUE



- 🎬 **Pertanyaan yang memiliki jawaban relatif berdasarkan **value judgement****
- 🎬 **jawaban fair/unfair, proper/not,**
- 🎬 **Contoh: Film apa yang terbaik sepanjang masa? Cara hidup terbaik?**

# CONTOH

- 🌐 Tujuan spesifik: Untuk meyakinkan audiens bahwa bersepeda adalah transportasi darat yang ideal
- 🌐 Ide Pokok: Bersepeda adalah transportasi darat yang ideal karena lebih cepat dari jalan maupun berlari, tidak menyebabkan polusi, dan baik untuk kesehatan penggunanya
- 🌐 Outline:
  - 🌐 I. Standar Alat transportasi yang ideal
    - A. Cepat
    - B. Tidak menghasilkan polusi
    - C. Sehat
  - II. Bersepeda memenuhi standar transportasi darat yang ideal
    - A. Bersepeda cepat
    - B. Sepeda tidak menghasilkan polusi
    - C. Pengguna sepeda menjadi sehat karena senantiasa berolah raga

# PERTANYAAN POLICY



- ❶ **Mempertanyakan efektivitas dari sebuah kebijakan**
- ❷ **Menawarkan solusi permasalahan**
- ❸ **Memiliki dua tujuan (persetujuan pasif atau aksi segera)**
- ❹ **Contoh : Haruskah pemilihan presiden diulang?**

# OVERALL METODE PERSUASI



**BANGUN  
KREDIBILITAS**

**BERIKAN  
REASONING /  
ALASAN**

**BERIKAN  
BUKTI /  
EVIDANCE**

**BANGUN  
KETERTARIKAN  
EMOSI**

**PERJELAS  
DENGAN AJAKAN**

## **LATIHAN**

Kebanyakan dari anda menulis naskah speaking to inform pada tugas kemarin, maka kini buatlah 1 naskah speaking to persuade dengan tema apapun (tanpa mengandung pesan SARA/pornografi/terorisme), untuk durasi 5 menit (600-900 kata)!

File (word/pdf) dikumpulkan di link yang telah tersedia dengan nama file: Nim\_Nama lengkap\_Tugas naskah 2 (Persuasi)  
(Deadline: H-1 sebelum perkuliahan selanjutnya)



## **REFERENCE**

---

**LUCAS, STEPHEN. 2015. THE ART OF PUBLIC SPEAKING 12TH EDITION.  
MC GRAW HILL: NEW YORK**

A stack of colorful sticky notes (yellow, orange, pink, green) is placed on a white surface. The top note is yellow and has the words "THANK YOU!" written in bold, black, hand-drawn capital letters. To the left, a portion of a white computer keyboard is visible, showing the 'B' key. To the right, a white cup filled with dark coffee is partially visible.

**THANK  
YOU!**