

KOMUNIKASI PERSUASIF INTERPERSONAL

Pertemuan 10

Isti Purwi Tyas Utami



PERSUASI DALAM HIDUP SEHARI-HARI



Manusia menggunakan teknik persuasi saat berinteraksi dengan orang lain

Teknis persuasi berbeda-beda, tergantung siapa lawan bicara

Keinginan dan kebutuhan untuk mempengaruhi lingkungan kita adalah pengalaman universal

Persuasi terjadi dimana saja, kapan saja, dengan siapa aja, melalui media apa saja

PERSUASI DALAM HIDUP SEHARI-HARI

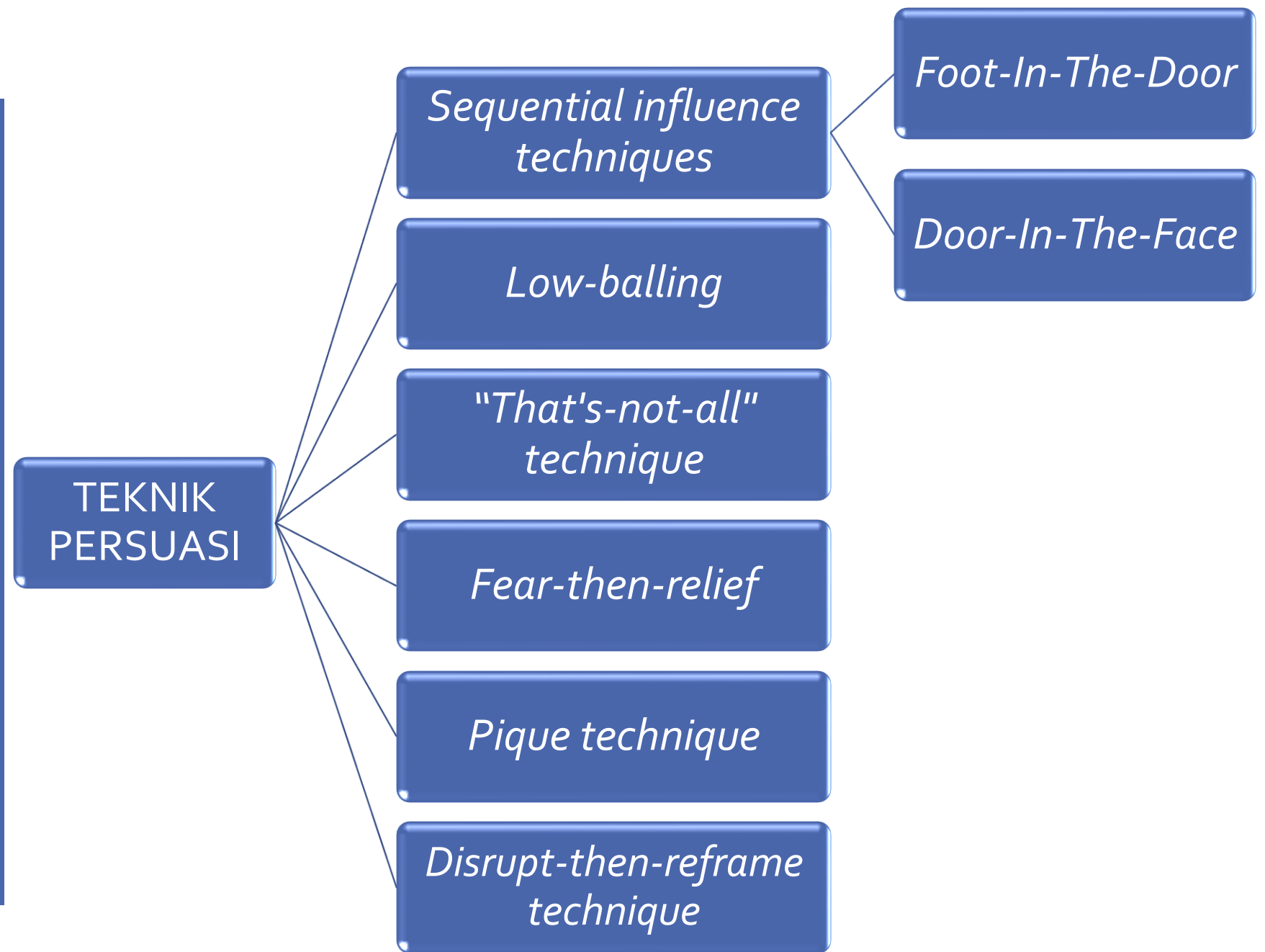


Sebagian orang terlahir dengan bakat natural untuk memengaruhi dan mempersuasi orang lain

Keterampilan memengaruhi sangat membantu dan memainkan peran kunci dalam hidup dengan catatan individu menggunakannya secara rasional dan etis

Mereka yang memiliki keterampilan persuasif alami, dapat menyalahgunakan keahliannya untuk memengaruhi dengan cara yang tidak semestinya dan mencapai tujuan yang berbahaya

TEKNIK PERSUASI INTERPERSONAL



SEQUENTIAL INFLUENCE TECHNIQUES

Persuasi berlangsung secara bertahap, setiap tahapan membangun fondasi untuk perubahan kepercayaan atau perilaku berikutnya.

Individu perlahan-lahan menerima opini baru, dan komunikator membuat orang lain untuk memenuhi permintaan yang diinginkan secara bertahap.



Foot-In-The-Door



Door-In-The-Face



TEKNIK FOOT IN THE DOOR

Persuasion Techniques

Foot in the Door: You want a certain thing, so you ask for something smaller first. People are more willing to help someone they have already helped.



Teknik foot-in-the-door, /teknik FITD, memiliki pola yang ditetapkan.

Pertama Persuader mendapatkan 'ya' dari sebuah permintaan kecil dan kemudian mendapatkan jawaban 'ya' dari permintaan yang lebih besar.

Persuader bisa mendapatkan subjek untuk menyetujui permintaan yang lebih besar dan lebih sulit berturut-turut begitu dia membuatnya setuju dengan yang pertama.

KEBERHASILAN TEKNIK *FOOT IN THE DOOR*

Persuasion Techniques

Foot in the Door: You want a certain thing, so you ask for something smaller first. People are more willing to help someone they have already helped.



Kesuksesan bergantung pada fakta bahwa hubungan atau ikatan telah tercipta antara komunikator dan komunikan ketika komunikan menyetujui permintaan awal.

Jadi, ketika permintaan kedua yang lebih sulit disampaikan, komunikan merasa berkewajiban untuk menyetujui.

Komunikan kesulitan untuk tidak setuju dengan permintaan berturut-turut yang mengikuti permintaan pertama

Penyebabnya → komunikan memberikan alasan pada diri sendiri bahwa dengan menyetujui melakukan tugas dan membantu teman/masyarakat, ia menjadi orang baik dan bertanggung jawab.

Ketika permintaan mulai menumpuk, ia seperti tidak punya pilihan selain mengikuti karena takut citra dirinya yang positif terancam. Apalagi jika permintaan bersifat pro-sosial

COTOH TEKNIK FOOT IN THE DOOR

Example #1 - Son to Father

Small Request - Can I borrow the car for the evening?

Big Request - Can I use the car for a road trip for 5 days?

Example #2 - Daughter to Mother

Small Request - Can I go over to Sara's house?

Big Request - Sara is going to the mall, can I go with her?

Bigger Request - Can I borrow money to visit the game arena and food court at the mall?

Even Bigger Request - Can you come pick me up from the mall?

Example #3 - Friend to Friend

Small Request - Can you help me move my couch to the new apartment?

Big Request - Can you help me move all my furniture to the new apartment?

Example #4 - Employer to Employee

Small Request - Can you come to work for an hour on the weekend?

Big Request - Can you put in an entire day over the weekend?

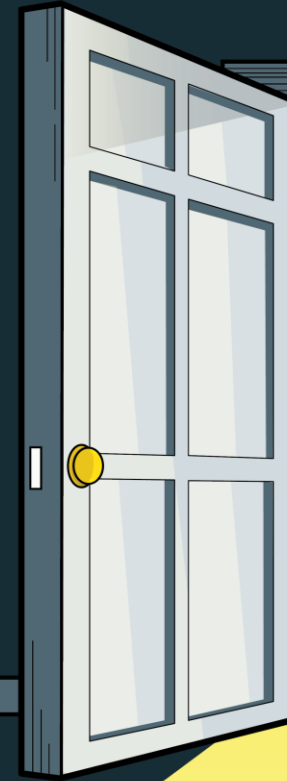
Example #5 - Husband to Wife

Small Request - Can I go for a friend's party on Saturday night?

Big Request - Can I go to Vegas for the said friend's bachelor party?

THE FOOT IN THE DOOR PHENOMENON

*How To Use Gradual
Commitment for
Big Wins*





28%

Control condition

"Would you have one or two coins to give me?"

43%

Foot in the door:

1. "Could you tell me what time it is?"
2. "Would you have one or two coins to give me?"

Psychology of Influence - The foot-in-the-door technique

4,155 views • Oct 25, 2016



48



0



SHARE



SAVE



TEKNIK DOOR IN THE FACE

Persuasion Techniques

Door in the Face: You want a certain thing, so you request something much larger first. This makes what you really want seem more reasonable.



Teknik door-in-the-face/DITF adalah teknik yang melibatkan pola → pertama Persuader tidak mendapatkan persetujuan dan kemudian mendapatkan jawaban 'ya' untuk permintaan berikutnya.

Persuader pertama-tama membuat permintaan yang agak berlebihan pada komunikan (yang kemungkinan besar ditolak) dan setelah ditolak langsung menindaklanjutinya dengan permintaan yang lebih masuk akal, yang kemungkinan akan diterima.

Bagaimana teknik DITF bekerja dan mengapa komunikan setuju dengan permintaan kedua?

Adanya kebutuhan dasar manusia untuk menyenangkan orang, disukai oleh semua orang, dan karena tidak ditolak secara sosial.

Subjek merasa bersalah karena menolak permintaan pertama dan menyebabkan kekecewaan pada persuader, jadi saat diberi pilihan kedua (kesempatan kedua) yang jauh lebih masuk akal, ia merasa lebih mudah menerimanya dan menebus perasaan negatifnya.

KEBERHASILAN TEKNIK *DOOR IN THE FACE*

Persuasion Techniques

Door in the Face: You want a certain thing, so you request something much larger first. This makes what you really want seem more reasonable.



Kejeniusan teknik ini terlihat pada niat persuader untuk mendapatkan permintaan kedua yang ingin dipenuhi, namun karena komunikasi akan menolak jika disampaikan di awal, maka persuader menambahkan permintaan pertama yang kemungkinan besar tidak akan dipenuhi.

Seperti yang diantisipasi, permintaan ditolak dan saat permintaan kedua dilakukan, hal itu akan diberikan dengan lebih mudah, sehingga persuader mendapatkan apa yang diinginkan.

Fenomena ini bekerja paling baik dalam setting sosial-jika ada hubungannya dengan membantu orang atau belajar sesuatu.

Keberhasilan metode ini juga ditentukan oleh dua faktor lainnya- satu, permintaan kedua harus dilakukan oleh orang yang sama, dan dua, permintaan kedua harus dilakukan segera setelah yang pertama, sehingga perasaan bersalah dan moderasi lainnya dalam pikiran tidak hilang

CONTOH TEKNIK *DOOR IN THE FACE*

Example- Friend to Friend

Request 1 - Can you watch my dog for the whole day?

Request 2 - Can you watch him for an hour while I go to the market?

Example- Employee to Employer

Request 1 - Boss, can I have a 30% hike in my salary?

Request 2 - Can I have a 10% hike?

Example - Employee to Store Manager

Request 1 - Can I take the week off?

Request 2 - Can I take one day off?

Example -5-Year Old to Mother

Request 1 - Will you buy me the whole Barbie set?

Request 2 - Will you buy me a new Barbie doll?



~~Counselor~~
2 years
2x/week

Trip to the zoo
(2 hours; one
afternoon)

50%

Psychology of Influence: The Door in the Face Technique (Part 1)

6,369 views • Feb 17, 2017



43



3

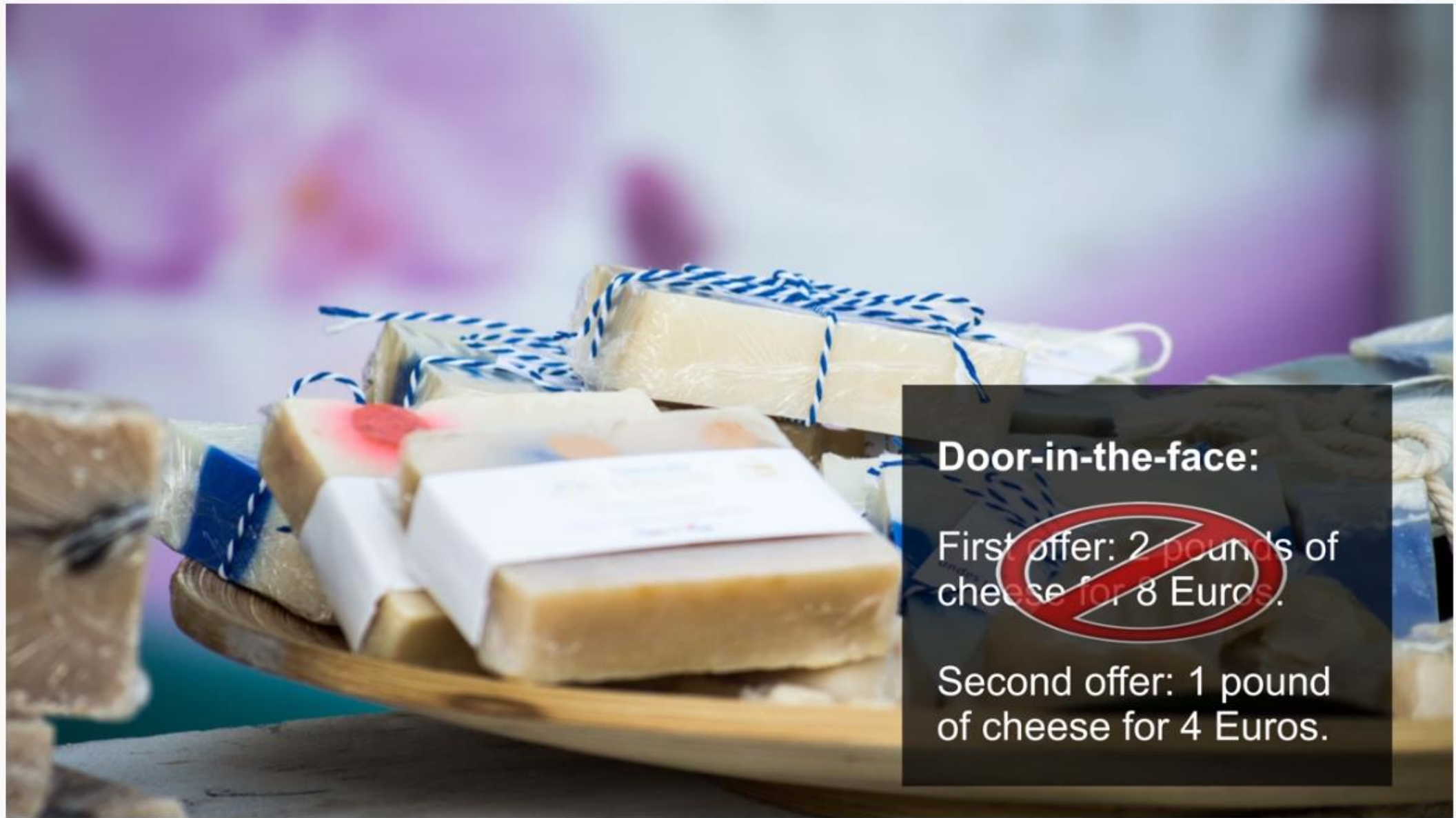


SHARE



SAVE





Psychology of Influence - The Door-in-the-face-technique (Part 4) - Is it driven by guilt?

540 views • Mar 6, 2017



11



0



SHARE



SAVE



TEKNIK *LOW BALLING*

NORMALLY



VINHLY



www.vinh.ly

LOW BALLING

- Hampir sama dengan FITD, namun setelah komunikasi setuju dengan penawaran rendah yang diberikan, persuader memberikan tambahan biaya yang tidak disebutkan sebelumnya agar biaya kembali naik seperti yang diinginkan persuader sesungguhnya.

A high-angle, wide shot of a marathon race taking place on a wide city street. The street is filled with hundreds of runners, mostly seen from behind, as they move away from the camera. The runners are wearing various colored athletic gear. The street is lined with trees that have some autumn-colored leaves, and buildings are visible in the background. The scene is captured in a cinematic style with soft lighting.

low ball technique:

40%

The time was not told
right from the start.

sunday (8.00 am)

saturday (8.00 am)

2. experimental
condition:

15%

- time was not told as well
- But due to an "interruption" there was no public commitment

control condition:

16%

The time was told right
from the beginning

Social Psychology: The low ball technique

3,946 views • Apr 15, 2017



43



2



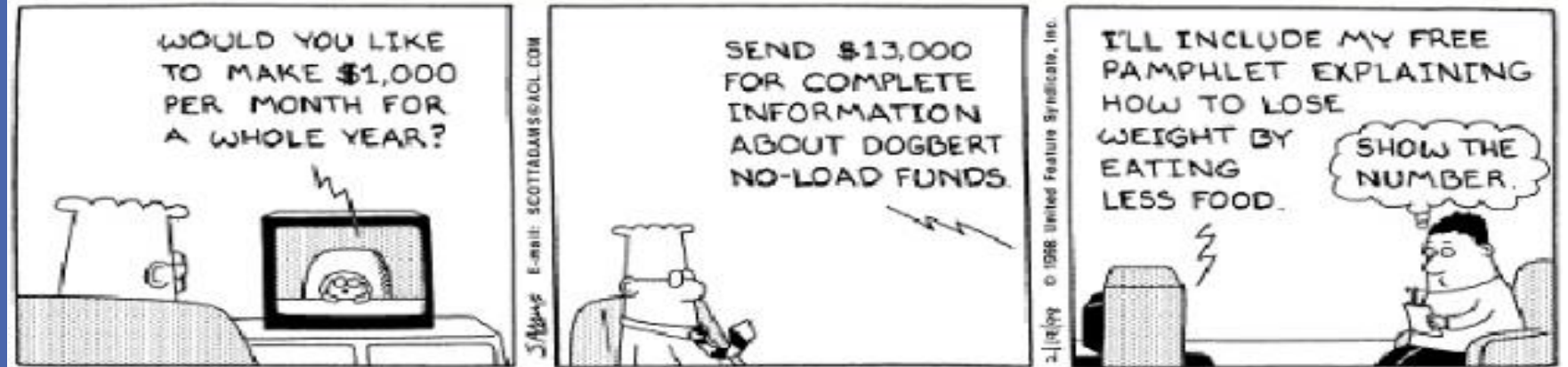
SHARE



SAVE



TEKNIK *THAT'S NOT ALL*



Copyright © 1998 United Feature Syndicate, Inc.
Redistribution in whole or in part prohibited

THAT'S NOT ALL

- Menawarkan tambahan keuntungan, seketika setelah penawaran awal diberikan

TEKNIK *FEARTHAN RELIEF*

*FEARTHAN
RELIEF*



- Persuader secara sengaja menempatkan penerima dalam kondisi takut, kemudian secara cepat menghilangkan ancaman dan menggantinya dengan permintaan yang mudah untuk dituruti

TEKNIK *PIQUE*



PIQUE

- Komunikator membuat permintaan dalam bentuk yang tidak biasa, karenanya membuat keingintahuan target khalayak

TEKNIK *DISRUPT THAN REFRAME*



Persuader dapat meruntuhkan penolakan komunikasi dengan mengganti kata-kata permintaan.

Ini bertujuan untuk mengejutkan komunikasi dan kemudian membingkai kembali pesan untuk mengatur tujuan

FAKTOR-
FAKTOR
PENENTU
COMPLIANCE
GAINING



Intimacy

Dependency

Rights

Benefit to the persuader

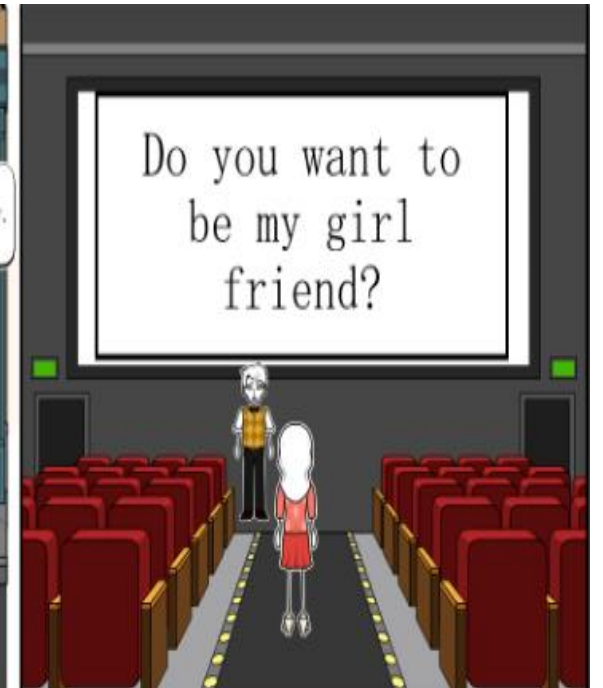
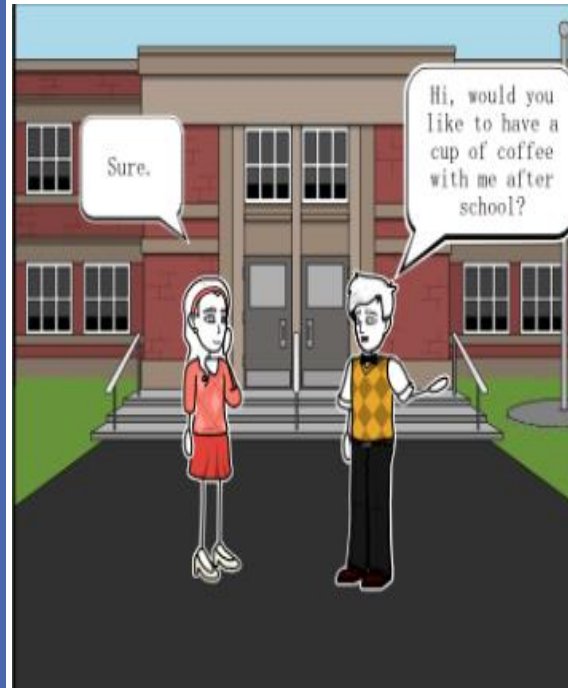
Consequences

Target resist

TEKNIK PERSUASI?



TEKNIK PERSUASI?



TEKNIK PERSUASI?



TEKNIK PERSUASI?



YOU'LL SAY WOW EVERYTIME!
IT'S LIKE A CHAMOIS, A TOWEL AND
A SPONGE ALL IN ONE.

[HOME](#) [SUCCESS STORIES](#) [FREQUENTLY ASKED QUESTIONS](#) [CUSTOMER SERVICE](#) [ORDER NOW!](#)

SPECIAL DOUBLE OFFER
2 LARGE & 2 MINI ShamWOWS!
AND GET A SECOND SET FREE!
PLUS A FREE BONUS SHAMWOW MOPI!
JUST PAY SEPARATE S&H

NOW ONLY
\$19⁹⁹ PLUS S&H

ORDER NOW!

Picks up carpet spills: coffee, cola, wine and po



2 LARGE & 2 MINI

8 SHAMWOW'S TOTAL!

ANOTHER 2 LARGE & 2 MINI!



WORKS WET OR DRY!



MADE IN GERMANY





ORDER ShamWOW NOW!

ShamWOW IS PERFECT FOR ANY SITUATION!



FAMILY PETS

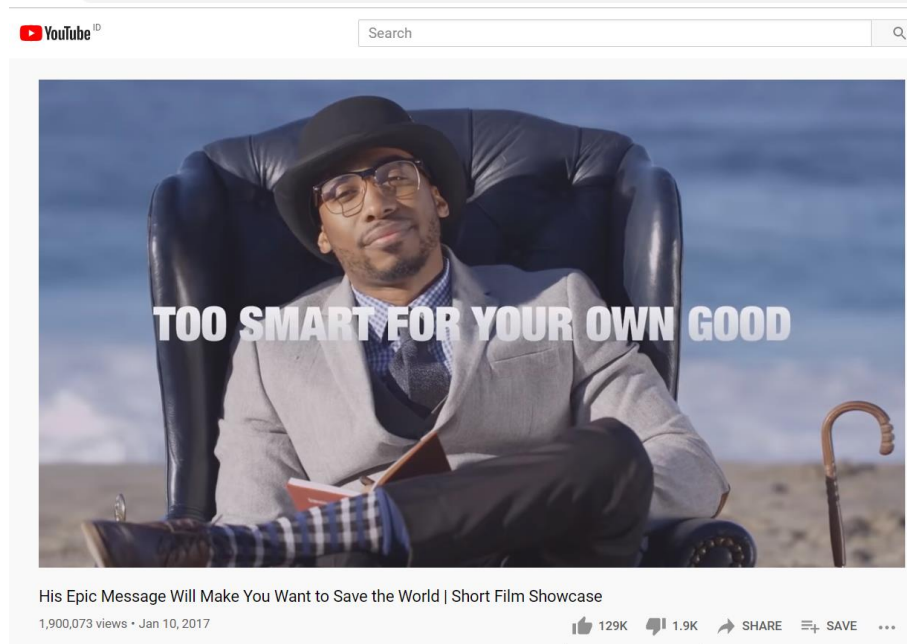
HOLDS 12X IT'S WEIGHT IN LIQUID!



TEKNIK PERSUASI?



TUGAS INDIVIDU WAJIB



- Simak contoh video monolog tentang isu lingkungan berdurasi 4 menit yang tautannya ada di Collabor pertemuan 11
- Buat naskah dengan ide pilihan anda mengenai isu penting yang menarik dan bermanfaat diketahui dan mengajak target audiens anda berubah dalam hal pemikiran, perasaan atau bahkan tindakan.
- Susunan naskah kronologis: pembuka-umpan-inti pesan-kesimpulan-penutup
- Durasi video 1-5 menit, visualisasi bebas, semakin kreatif semakin baik
- Naskah dan video diupload ke link One Drive yang disampaikan ke Ketua Kelas
- Deadline pertemuan minggu 12 pukul 23.59 WIB
- Tidak ada toleransi untuk keterlambatan pengumpulan

REFERENSI

- Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge.
- Larson, Charles U. 2010. Persuasion: reception and Responsibility. Canada : Wadsworth
- Suryana, Asep. 2019. Komunikasi Persuasif. Penerbit Universitas Terbuka