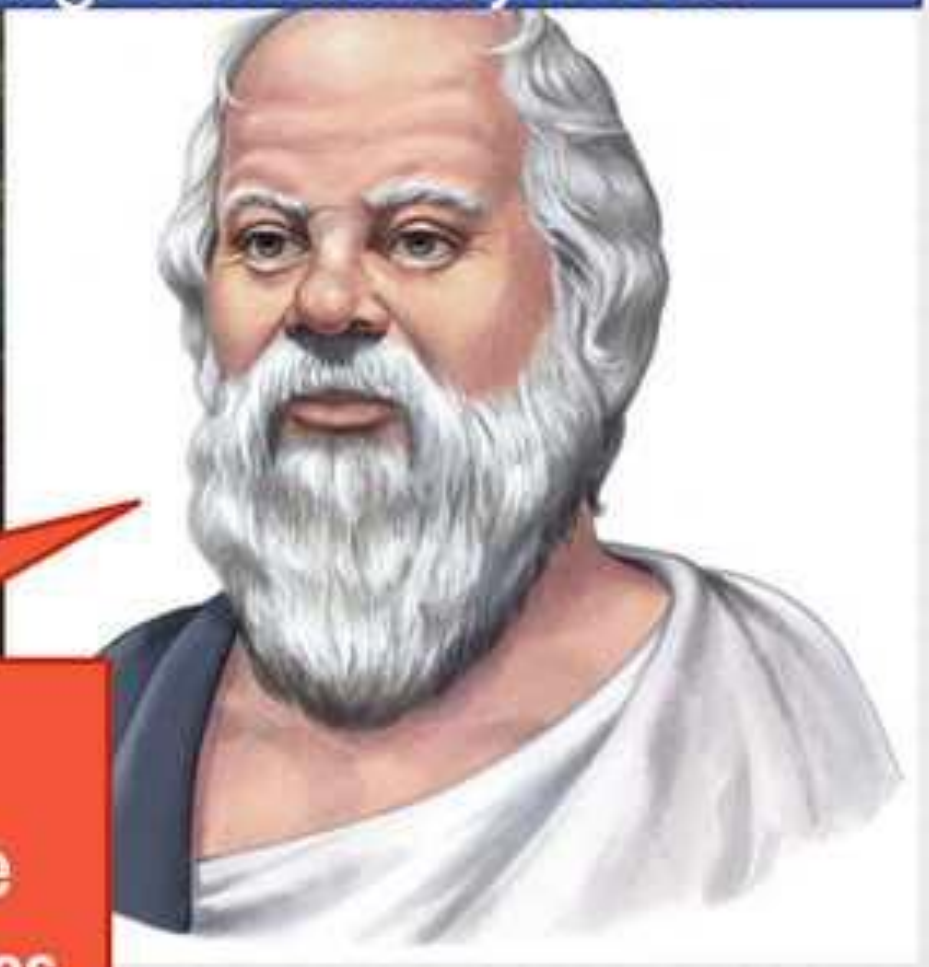
ETIKA DALAM KOMUNIKASI PERSUASIF

Pertemuan 3

Isti Purwi Tyas Utami

Sophists: The Art of Rhetoric, public speaking & persuasion is more important. If you're giving service, you should charge consultancy fees!!!



Socrates: No, mid-wifery method, Q&A session, interactive group discussion more useful to students. & we shouldn't charge fees.

TINJAUAN SEJARAH STUDI PERSUASI

RETORIKA – Guru Sofis

Penggunaan argumentasi, bahasa dan pidato publik untuk mempengaruhi audiens (seni persuasi publik)

NILAI KEBENARAN SEBAGAI KEUTAMAAN –Plato

Sophis mengorbankan kebenaran – pengetahuan praktis

argument persuasif yang fasih dan lebih menyukai gaya yang lebih substantif

DUALISME PERSPEKTIF PADA KOMUNIKASI PERSUASIF

1. Berpikir platonis dan argumen yang menyakinkan

2. Berfokus pada gaya, pidato dan pesan persuasi yang sederhana

TEORI PERSUASI AWAL

ARISTOTELES

Sarjana Persuasi Pertama

PERSUASI MEMILIKI KEBAJIKAN:

Karakter pada sumber dan pesan serta penguasaan audiens

Ethos, Pathos, Logos

TEORI MEMILIKI BLANK SPOT

Cerminkan bias pada jamannya

PERSUASI DI ERA ROMAWI

SARJANA ROMAWI

merayakan persuasi sebagai seni kefasihan berorasi

CICERO

Orator ulung: punya kebajikan dan melayani publik

daya tarik emosional, ekspresi wajah dan gesture

PERSOALAN KONSISTENSI

Pidato moral orator memiliki perbedaan mencolok pada perilaku moral

RETORIKA DI AMERIKA

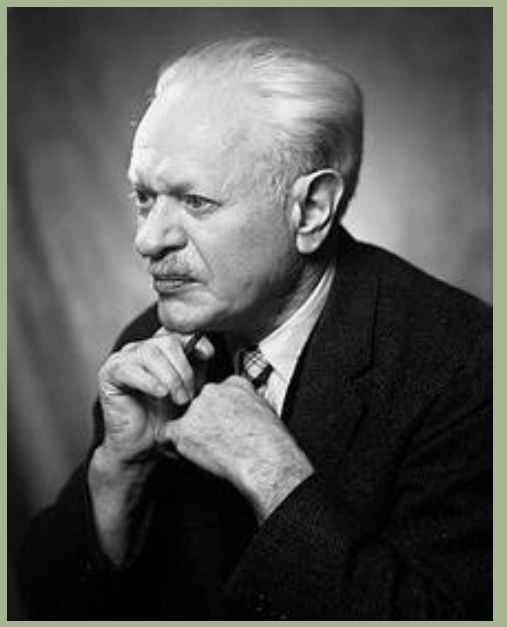
Abad 18 - Persuasi membentuk opini publik

Retorika klasik dianggap sebagai prasyarat untuk kepemimpinan politik

Pertengahan abad 20 –

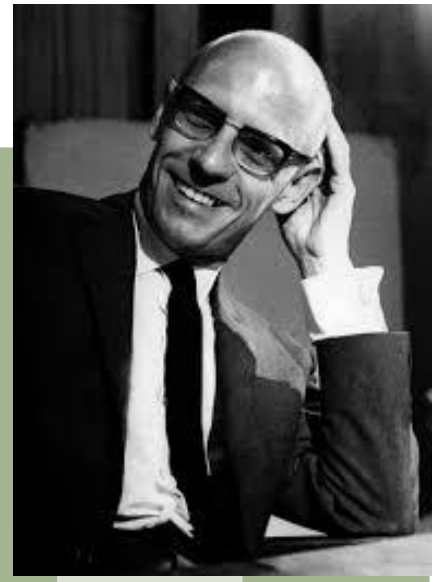
Teori Kenneth Burke

1. Menekankan kekuatan simbol dan identifikasi emosional
2. Baik komunikator baik atau jahat dapat membujuk melalui identifikasi
3. Penonton tidak pasif tetapi sebaliknya aktif dalam proses persuasif
4. Protes sosial dapat memanfaatkan retorika untuk menantang dan meningkatkan status quo
5. Pendekatan teoritis mengantipasi retorik gerakan radikal tahun 1960-an



PERSUASI SETELAH ERA KENNETH BURKE

Michael Foucault – Pengetahuan dan kebenaran saling terkait dengan kekuasaan



Karlyn Kohrs Campbell (1989) – sejarah retoris telah didominasi pria

KONTEN DAN PENYAMPAIAN

Marshall McLuhan (1967) – media adalah pesannya

Memperingatkan orang tentang cara media –televisi, radio, media cetak-lebih penting daripada konten pidato komunikator

Jamieson (1988) – kefasihan dalam era elektronik

Kefasihan sekarang berpusat pada pengalaman visual, suara dan kisah dramatis

ASAL-USUL PENDEKATAN PERSUASI DALAM ILMU SOSIAL

Pendekatan retoris menawarkan wawasan tentang argumen dasar yang digunakan dalam persuasi kontemporer

Tetapi mereka tidak memberikan bukti efek komunikasi persuasi dalam situasi sehari-hari

Penelitian awal tentang **sikap**

Kekuatan propaganda dan persuasi selama Perang Dunia

Eksploitasi komunikasi Jerman untuk tujuan yang merusak

USA menggunakan komunikasi untuk memobilasi tantara

Carl Hovland (1953) –sumber yang dapat dipercaya memengaruhi sikap

Mengembangkan pendekatan ilmiah yang bertahan lama untuk persuasi

STUDI PERSUASI KONTEMPORER

Teori persuasi dikembangkan dari pendekatan ilmu pengetahuan

Perumusan teori tentang sikap dan persuasi melalui :

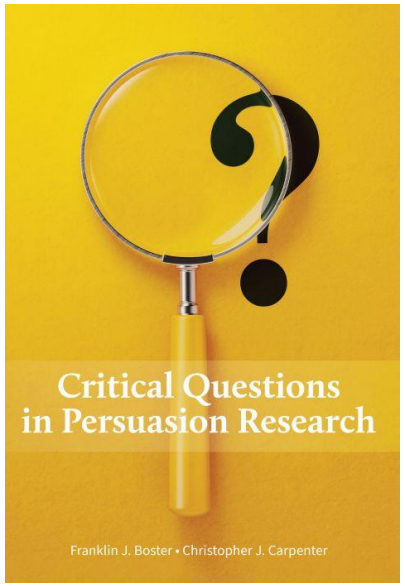
Eksperimen dan Survey

Mendapat hipotesis dari teori-teori tersebut

Menempatkan hipotesis teori untuk uji empiris

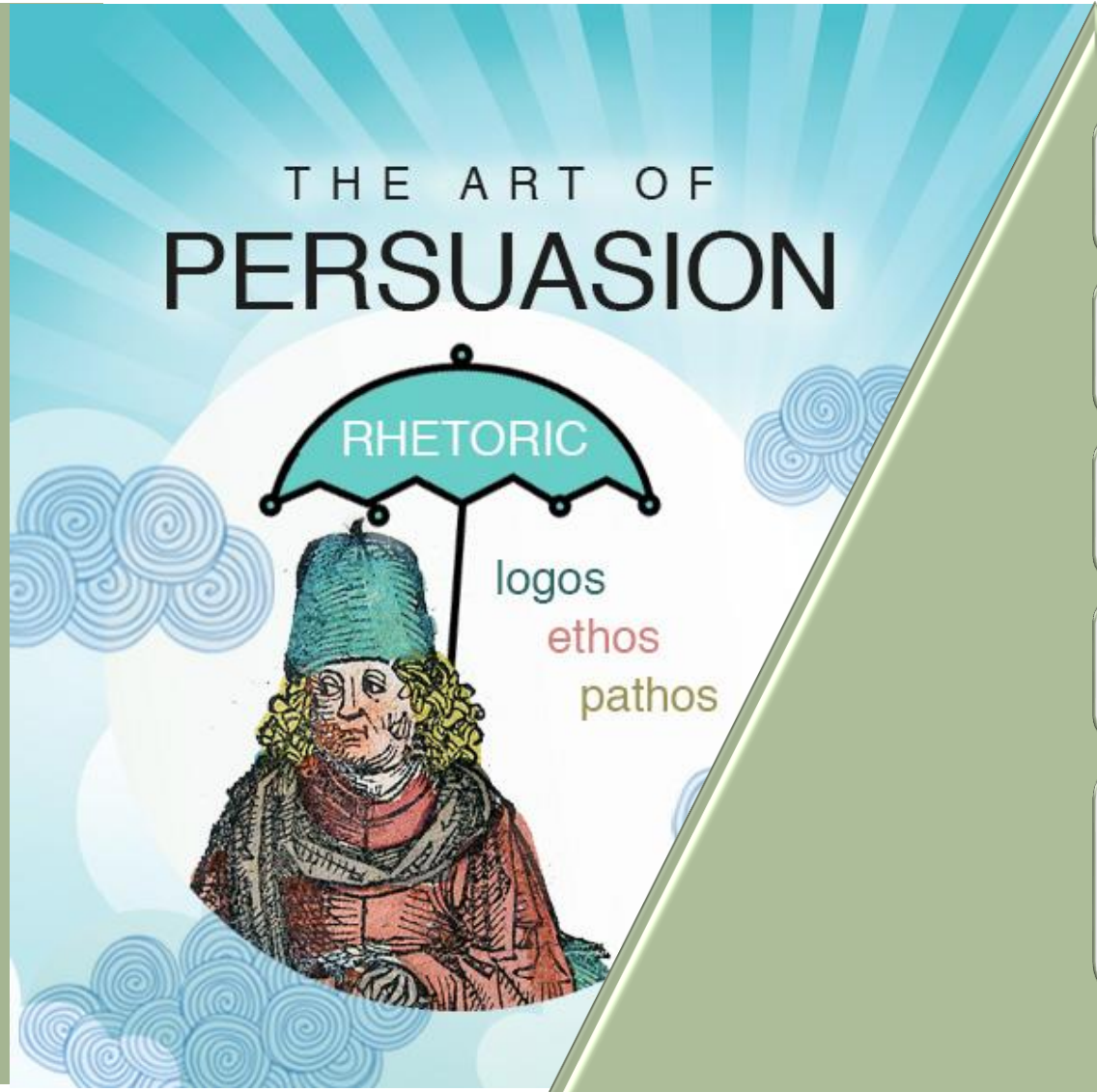
Hipotesis dievaluasi berdasarkan bukti dan data yang dikumpulkan

Jika hipotesis yang dipilih berulang-ulang ketitik kepercayaan absolut, maka akhirnya menjadi hukum perilaku manusia



Persuasi adalah pengaruh peradaban

MELIHAT GAMBARAN PERSUASI SECARA UTUH



Orator dan argumen
Mekanisme konstruktif untuk mengajukan klaim dan perubahan

Tidak selalu bagus

Tidak analog dengan kebenaran

Diasumsikan dengan pertanyaan bahwa orang memiliki pilihan bebas

Persuader juga membuat pilihan tentang cara terbaik untuk menarik audiens

(etis VS tidak etis)

PERSUASI DAN ETIKA

Inti dari persuasi adalah adanya dilema etis

- Persuasi BUKAN amoral – ada persuasi etis dan tidak etis
- Plato, Aristoteles dan Machiavelli

PERSUASI DAN ETIKA

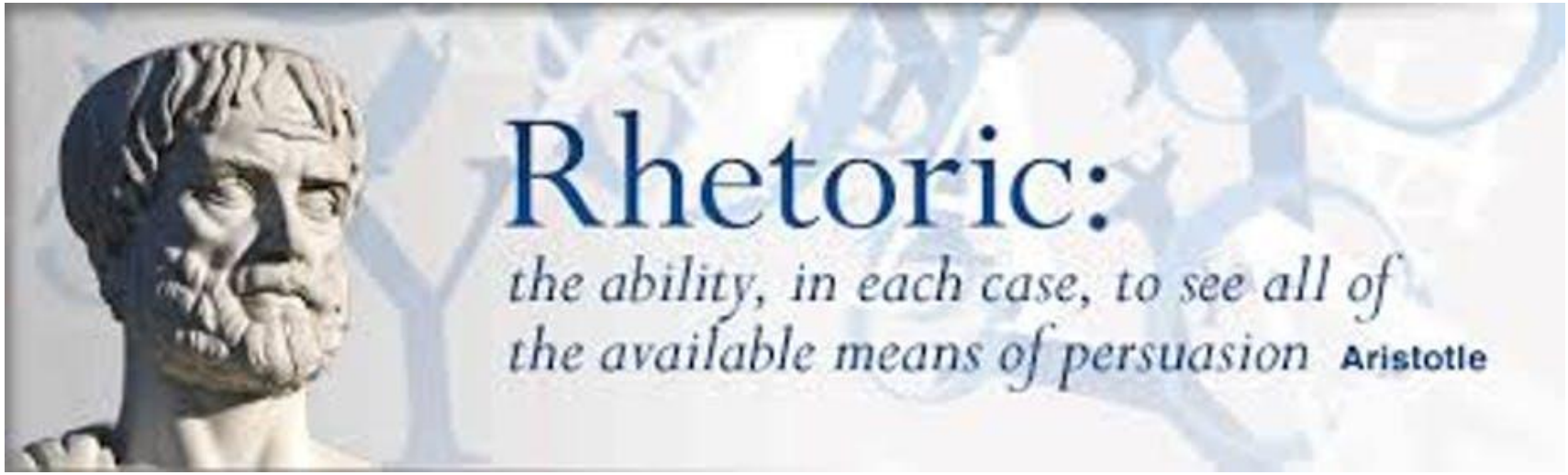
Etika persuasi menuntut pertimbangan – proses analisis

- Kami ingin menjadi diperlakukan dengan hormat (sebagai tujuan dan bukan sarana)
- Kami ingin mencapai tujuan kami
- Apakah pengaruh tidak sesuai dengan perlakuan etis manusia?

PERSUASI DAN ETIKA

Persuasi dapat digunakan untuk tujuan baik atau buruk, dengan niat etis dan tidak etis

- Aristoteles mendukung pandangan – persuasi dapat digunakan oleh siapa saja



ETIKA

K. Bertens→ Nilai-nilai dan norma-norma moral, yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur perilaku.

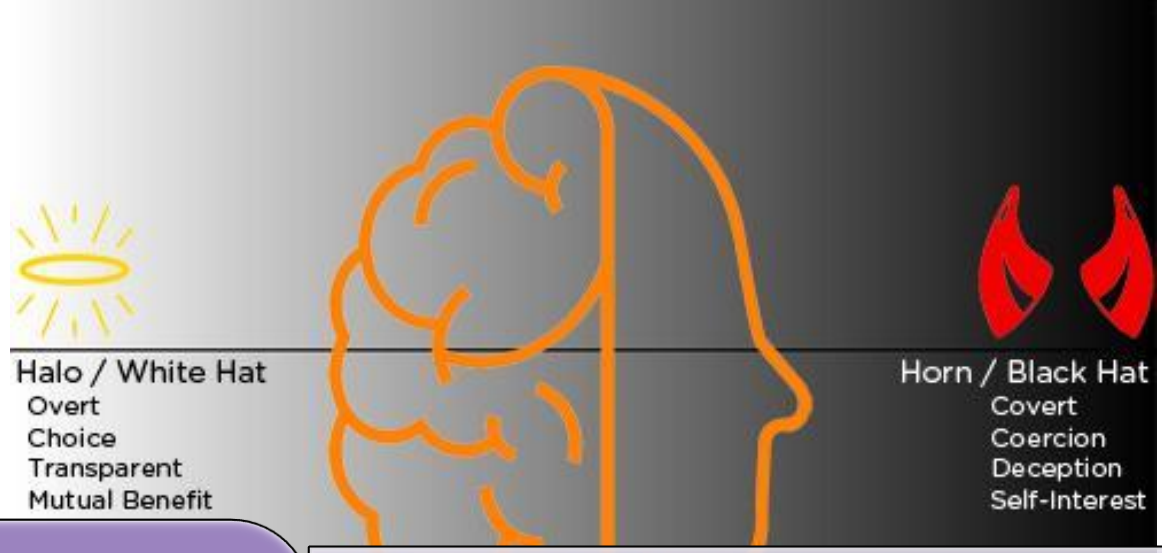
Prof. DR. Franz Magnis Suseno→ Ilmu yang mencari orientasi atau ilmu yang memberikan arah dan pijakan dalam tindakan manusia.

Etika → prinsip-prinsip moralitas dasar yang mengarahkan perilaku manusia

ETIKA KOMUNIKASI

- Etika Komunikasi mencoba mencari standar etika tentang apa yang digunakan oleh komunikator dan komunikan dalam menilai di antara teknik, isi, dan tujuan komunikasi.
- *Ethics is a field that not only looks at ethical and moral ideals that we should have, but also examine actual codes of conduct that people do indeed follow and use, whether consciously or unconsciously. Some ethical codes of conduct are written out and some are orally or socially transmitted.* (Mizzoni, 2009:5)

TEORI NORMATIF ETIKA



UTILITARIANISME

- Tindakan harus dinilai berdasarkan apa yang menghasilkan konsekuensi yang lebih positif daripada konsekuensi negatif
- Serangkaian prinsip yang masuk akal, eksplisit dan terukur untuk menyelesaikan masalah moral
- Memberikan perhatian singkat kepada tugas moral, niat dan kewajiban universal

DEONTOLOGI

- Nilai moral dari suatu tindakan berasal dari rasa hormat yang diberikan kepada individu sebagai tujuan dalam diri mereka sendiri.
- Prioritas utama pada tugas dan niat persuader

TANGGUNGJAWAB

ETIKA KOMUNIKASI PERSUASIF

PERSUADER

Tanggung jawab etika persuader dipengaruhi banyak aspek, status, posisi, *power*, yang mereka raih ataupun diberikan, komitmen, atau dari konsekuensi komunikasi mereka terhadap orang lain.

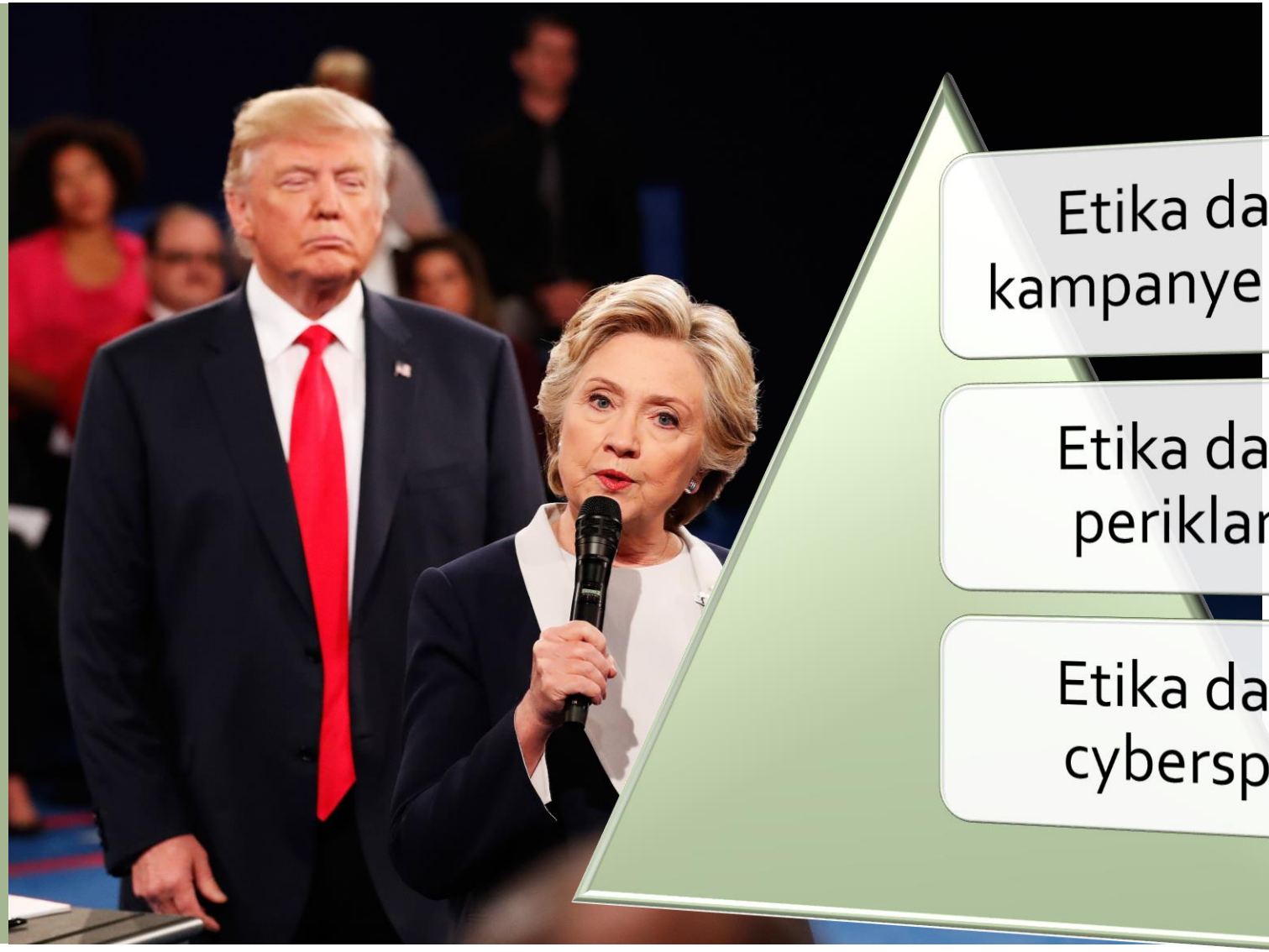
Apa saja?

RECEIVER

Aspek-aspek yang memengaruhi?

Apa saja?

PENERAPAN ETIKA DALAM BERBAGAI KONTEKS



- Etika dalam kampanye politik
- Etika dalam periklanan
- Etika dalam cyberspace

ETIKA KAMPANYE POLITIK

SOSIALISASI POLITIK VS KAMPANYE POLITIK

- Kampanye Politik : kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program (UU No 8 Tahun 2012)
- Kampanye ini bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku pemilih. Tidak diperbolehkan dalam Kampanye : *Perubahan yang melalui himbauan, ajakan, dan janji sehingga membuat warga atau kelompok masyarakat tertarik untuk menjatuhkan pilihan politiknya pada partai atau kandidat tertentu.*

UU NO 10 TH.2008 dan PP No.14 tahun 2009

1. Adanya kesadaran para pelaku kampanye partai untuk membedakan apa yang baik dan apa yang tidak baik, apa yang patut dan apa yang tidak patut disampaikan dalam kampanye
2. Adanya kesadaran moral para pelaku kampanye
3. Adanya kejujuran
4. Adanya sopan santun (etiket)
5. Adanya pertanggung jawaban
6. Kedamaian dan Ketertiban

BLACK CAMPAIGN DAN *HATE SPEECH*

- Sangsi Hukum : Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Pasal 28 : Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA).
- Pasal 45 : Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah)

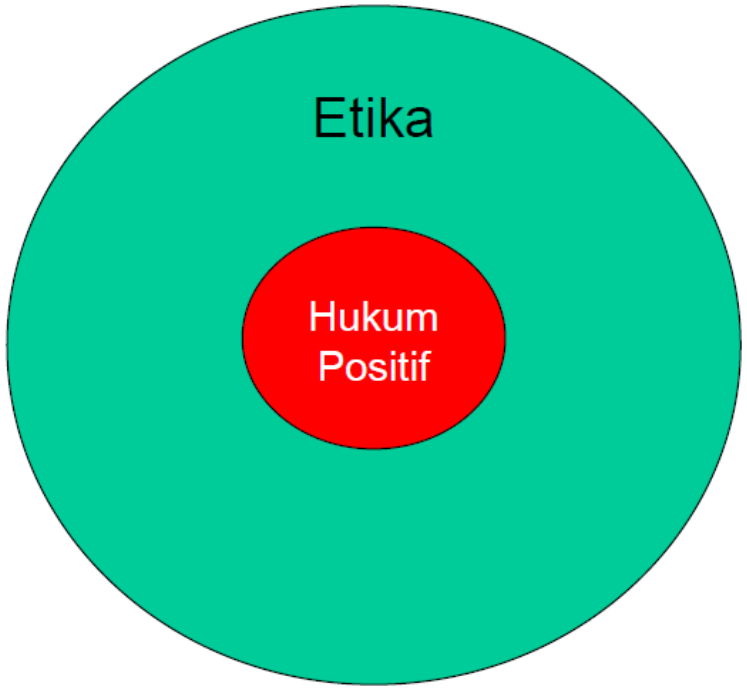
ETIKA DALAM PERIKLANAN

- Iklan harus komunikatif kepada khalayaknya agar dapat diterima
- Iklan perlu mengetahui "*consumer insights*" yang sangat erat kaitannya dengan nilai-nilai budaya
- Etika disusun berdasarkan nilai-nilai budaya
- Etika terkait dengan "*negative consumer insights*"; suatu pagar yang membatasi kreatifitas agar pesan komunikasi tidak ditolak oleh khalayak.

ISU ETIS DALAM PERIKLANAN

- STEREOTYPING
- MENYASAR KELOMPOK RENTAN
  - Anak-anak
  - Orang tua
  - Minoritas
  - Negara dunia ketiga
- PESAN BRAND YANG OFENSIF
  - Sex
  - Topik tabu
  - Manipulasi pesan sub-liminal

ETIKA & HUKUM POSITIF PERIKLANAN



- Etika Pariwara Indonesia
- UU RI NO. 32 TAHUN 2002 TENTANG PENYIARAN – **Pasal 46 (Siaran Iklan)**
- PERATURAN KPI No. 02/P/KPI/12/2009 PEDOMAN PERILAKU PENYIARAN – BAB XIX **Pasal 29 (Siaran iklan)**
- PERATURAN KPI No. 02/P/KPI/12/2009 **PEDOMAN PERILAKU PENYIARAN – Pasal 13**

BENETTON.
UNHATE
UNHATE
UNITED COLORS OF BENETTON.
UNITED COLORS OF BENETTON.
Souviens
la fondation Unhate
unhatefoundation.org

Minyak Lintah Papua

Minyak Oil Pembesar Penis
Original Herbal Asli

ProStore
www.prostoreindonesia.com

Klinik Tong Fang
Plaza Pacific Blok A4 No.70 Jl. Boulevard Barat

ETIKA MEDIA SIBER

- Isu privasi
- Isu akurasi
- Isu properti
- Isu aksesibilitas

STANDAR ETIKA PESAN VERBAL-NON VERBAL

- Ambiguitas dan pesan yang samar
- Lies… WHITE LIES? verbal / nonverbal
- Editing in pictures? Movies? Video? Recording?
- Moral exclusion
- Racist / sexist language

zendaya FOLLOW

516k likes 9h

zendaya Had a new shoot come out today and was shocked when I found my 19 year old hips and torso quite manipulated. These are the things that make women self conscious, that create the unrealistic ideals of beauty that we have. Anyone who knows who I am knows I stand for honest and pure self love. So I took it upon myself to release the real pic (right side) and I love it Thank you @modelistemagazine for pulling down the images and fixing this retouch issue.

view all 11,493 comments

kzahradnik17 @zendaya the one on the right looks better anyway.

kaymitria @jessicamagalit wtf why would they edit that??? She looks sooo much better in the right side & a lot more real! She's so pretty smh to the people that edited the photo

Add a comment...

JULY 2006 ○ 3.75 ○ UK EDITION

www.marieclaire.co.uk

marie claire

INSIDE BRITNEY'S CRAZY WORLD

AN EVENING WITH THE DIVA AT SPEARS PALACE

SUMMER HAIR SENSATION
LUSCIUS LOCKS FOR SEAONAL ALLURE

AROUND THE WORLD
THE AMAZING GIRL GUERRILLAS
RISKING THEIR LEVES FOR FREEDOM

10-PAGE SPECIAL
REAL-LIFE CELEBRITY STORIES
FROM SUVIVING BIRD FLU TO INFILTRATING BRITAINS SEXUAL ELITE

Spree v Steal

holiday special
CRUCIAL CLOTHES FOR A STYLISH TRIP

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