

Istilah Etika, Pengertian Etika Komunikasi, dan Etika Komunikasi Persuasif

Annisa Erina Naingolan¹, Kartini²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

e-mail: Akunisa0711@gmail.com¹, kartinisikumbang86@gmail.com²

Abstrak

Artikel ini mengkaji informasi, perilaku komunikasi dan komunikasi persuasif. Perilaku komunikasi sangat penting bagi manusia karena dapat menjadi cara mengendalikan perilaku atau sikap dalam kehidupan sehari-hari. Kesadaran Etis: Komunikasi yang terbuka dan jujur mendorong masyarakat untuk berperilaku jujur, menghormati semua orang, dan mengutarakan pendapat tanpa merugikan kelompok mayoritas. Penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan yang didasarkan pada berbagai kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data, perpustakaan, catatan tertulis, bahan penelitian serta buku cetak dan informasi digital.

Kata Kunci: *Etika, Komunikasi dan Persuasif*

Abstract

This article examines information, communication behavior and persuasive communication. Communication behavior is very important for humans because it can be a way to control behavior or attitudes in everyday life. Ethical Awareness: Open and honest communication encourages people to behave honestly, respect everyone, and express opinions without harming the majority group. This research uses library research which is based on various activities related to data collection methods, libraries, written records, research materials as well as printed books and digital information.

Keywords : *Ethics, Communication and Persuasiveness*

PENDAHULUAN

Etika merupakan pedoman perilaku dalam hubungan antarmanusia yang dapat diartikan sebagai batasan yang menentukan benar atau salahnya suatu tindakan dan benar atau salahnya suatu tindakan. Kebudayaan menuntut kita untuk menghormati, menghormati harkat dan martabat orang lain, serta menaati hukum dan adat istiadat di sekitar kita. Berbicara mengenai permasalahan sosial, tidak ada yang memungkir bahwa manusia tidak bisa hidup sendiri sehingga membutuhkan orang lain untuk hidup. Di sini Anda tidak dapat memisahkan diri dari masyarakat dan kehidupan masyarakat. Suatu kualitas yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagai salah satu cabang filsafat, etika menekankan pada teori, kepercayaan, dan kajian nilai-nilai moral dan sosial, serta permasalahan yang timbul dari nilai-nilai dan masyarakat tersebut. Life.Ethics adalah merek yang penting dan relevan. nilai dan standar dalam kehidupan manusia, baik secara individu maupun kolektif, dan tercermin dalam sikap dan perilaku.

Komunikasi adalah pertukaran pikiran dan gagasan dalam benak seseorang dan dapat terjadi antara dua orang atau lebih pada suatu waktu. . Komunikasi hanya dapat terjadi apabila para penutur (speaker dan narasumber) sepakat mengenai maknanya. Bisa dibangun melalui dialog, menjalin kasih sayang, dan menyebarkan ilmu pengetahuan, namun bisa juga menimbulkan kegelisahan, menimbulkan kemarahan, dan sebagainya.

Dalam pandangan Islam, komunikasi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia, karena komunikasi menyertai seluruh aktivitas kita. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi Islami, yang disebut dengan komunikasi dengan al-karimah atau perilaku akhlak. Komunikasi dan moral kehidupan alkarimah berarti komunikasi berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits (Sunnah Nabi).

Perubahan kehidupan masyarakat yang begitu cepat membawa dampak yang besar akibat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta perbedaan kebutuhan berbagai kelompok masyarakat. Komunikasi yang baik sangatlah penting. Berbagai jenis komunikasi dapat kita gunakan, salah satunya adalah menggunakan metode komunikasi dinamis. Menurut Sunar dan Djunaesih (Widjaja, 2002:70), tujuan komunikasi persuasif adalah untuk meyakinkan seseorang atau sekelompok orang terhadap keyakinan yang bersumber dari keyakinannya sendiri. Karena kesadaran, dampak komunikasi sangat tinggi dan permanen. Persuasi merupakan upaya mengubah sikap dengan menggunakan pesan-pesan yang fokus terutama pada sikap orang yang diajak berkomunikasi.

Komunikasi persuasif melibatkan banyak interaksi dimana kredibilitas dan kepercayaan informasi dapat mempengaruhi efektivitas kekuasaan atau proses persuasif (Teven dan McCroskey, 1999). Perbedaan relevansi atau efektivitas suatu topik juga dapat mempengaruhi persuasi. Pembicara yang efektif menyesuaikan perilakunya dengan audiens (Curtin, 2010). Keterbatasan ini merupakan cara komunikasi yang dinamis (Warren et al., 2017). Secara sosial, informasi implisit dalam interaksi tatap muka mencakup pesan langsung dan pesan berdasarkan institusi sosial dan budaya (Wiseman et al., 1995).

Komunikasi persuasif memerlukan pemahaman terhadap isi reporter. Hubungan yang baik, hubungan yang baik disebut komunikasi karena manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa sendiri dan harus berkomunikasi dan bersosialisasi dengan orang lain, menguasai dan ingin dikendalikan serta cinta dan kasih (dalam Iftitah Jafar dan Mudzhira Nur Amrullah, 2018); . Kebutuhan ini dapat dipenuhi melalui komunikasi interpersonal yang efektif. Saran daripada tindakan, persuasi atau negosiasi dengan tujuan menciptakan permintaan. Menunjukkan keefektifan metode komunikasi komunikasi, dimana komunikasi adalah proses dimana pembicara memperbaiki pengetahuan sebelumnya, menetapkan dan mengubah pendapat, atau memelihara hubungan baik. Kegiatan komunikasi diambil dari proses komunikasi secara keseluruhan (Maulana et al., 2020).

Berdasarkan indikator komunikasi yang baik tersebut, terlihat jelas perlunya budaya komunikasi untuk mengatasi hambatan komunikasi antara negosiator dan konsultan (Nikmah, 2020). Disiplin menjadi dasar komunikasi antar manusia dan kelompok. Kebudayaan memberikan landasan yang baik bagi pembentukan sikap dengan menentukan tingkah laku dan sikap seluruh orang atau kelompok dalam berkomunikasi. Namun, tidak ada proses negosiasi yang dianggap tidak tepat (Muhaemin, 2017).

Praktik komunikasi Islami dan komunikasi persuasif didasarkan pada prinsip-prinsip ajaran Islam dan keadaan khusus. Jika Anda berbicara sebagai seorang Muslim, Anda harus mendukung prinsip-prinsip yang mendukung budaya komunikasi individu, kelompok, dan masyarakat. Jadi cobalah melakukannya dengan benar. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang relevan tentang pengertian etika, etika komunikasi, dan etika komunikasi persuasif.

METODE

Penelitian ini berbasis kualitatif dan strategi pengajaran. Keterampilan literasi meliputi pengumpulan berbagai sumber perpustakaan seperti: buku, jurnal, membaca dan menulis, serta penggunaan dan analisis bahan (Anggito & Setiawan, 2018). Penelitian tersebut meliputi literatur tentang pengertian etika, etika komunikasi dan etika komunikasi persuasif.

Penelitian ini meliputi kumpulan serangkaian contoh analisis, dokumen atau dokumen (sumber asli dan sekunder) dan sumber lain yang berbeda, kemudian diklasifikasi menurut penelitian dan tujuan serta menjelaskan atau menjelaskan secara rinci setiap dokumen atau apa hasilnya, dengan mencermati prosesnya, dan menganalisis, mengkaji, atau menafsirkan

hasilnya untuk memperoleh ide-ide baru yang mudah dipahami dan relevan dengan topik pembahasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Etika

Etika berasal dari kata Yunani *ethos* dan *etikos*. Pengertian kata *ethos* dari kata *ethos* mempunyai arti tingkah laku yang baik, tingkah laku yang baik, budaya, tradisi dan tempat. Menurut bahasa Yunani, arti kebajikan berasal dari praktek, yaitu perbuatan yang diulang-ulang agar mudah dilakukan. Sedangkan pengertian disiplin berasal dari kata *ethikos* yang berarti kesuciaan, kesuciaan, atau kesuciaan dan etika.

Dalam hal penciptaan, menurut Endang Syaifuddin Ansari, hukuman berarti perbuatan dan mengandung arti kata *khuliq* (pencipta) dan *makhlūq* (pencipta). Namun ditemukan juga bahwa arti kesucian berasal dari kata Arab "*akhlaq*". Kata mufrad adalah *khulqu* yang berarti *jasayyah* (penampilan), *mur'iah* (tujuan), *thab'in* (sikap), dan *adab* (hormat).

Kata etika diartikan sebagai standar perilaku yang membimbing manusia. Etika adalah studi tentang perilaku manusia yang sah, adil, dan etis. Kata lain yang mirip dengan kebudayaan, yaitu Sila (*Sansekerta*), lebih baik menunjuk pada hakikat, prinsip dan aturan hidup yang muli. Kemudian filsuf Aristoteles menjelaskan pembahasan etika dalam karyanya *Nicomachean Ethics*, yakni.

- a. *Terminus Techius*, pengertian etika pada bab ini adalah etika dikaji sebagai suatu ilmu yang mempelajari perbuatan atau permasalahan perbuatan manusia.
- b. *Manner and Costum* yang membahas tentang sopan santun yang berkaitan dengan sopan santun dan adat istiadat, berkaitan dengan pengertian baik buruknya tingkah laku atau tingkah laku manusia.

Dalam Islam disebut hukuman, namun isinya sama, membahas baik buruknya tingkah laku seseorang. Nah, perbedaan hukumannya adalah mengetahui apakah seseorang itu baik atau buruk dengan menggunakan keadaan pikiran. Adapun tradisi didasarkan pada hukum syariah, seperti Alquran dan Sunnah.

Moralitas adalah tentang perilaku dan perilaku. Mempelajari karakter berarti berperilaku baik. Etika mengacu pada perilaku manusia secara keseluruhan, membimbing orang ke arah yang benar. Kehidupan moral harus tentang kehidupan manusia yang baik. Ia juga banyak memaparkan model teoritis dan berbagai teori dalam kajian perilaku manusia. Selain itu, dengan menyediakan kondisi dasar untuk kehidupan yang baik, disiplin ini berfokus pada mengarahkan orang pada perilaku yang baik, berperilaku baik, memercayai pentingnya kehidupan, dan mengutamakan orang lain.

Untuk lebih memahami pengertian proses, kita bisa melihat pendapat para ahli. Menurut para ahli, pengertian akhlak yang baik adalah sebagai berikut:

1. Menurut Soergarda Poerbakawatja, Pengertian disiplin adalah ilmu yang memberikan petunjuk, penjelasan dan landasan bagi perbuatan manusia.
2. Menurut Dr. H. Burhanudin Salam, Disiplin adalah suatu cabang filsafat yang membahas tentang etika dan perilaku yang dapat menentukan tingkah laku seseorang dalam kehidupannya.
3. Menurut Ki Hajar Dewantara (1962), disiplin adalah ilmu yang mempelajari segala persoalan baik dan buruk dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam tindakan mental dan emosional yang dapat dianalisis dan dirasakan, dalam tujuan yang dapat dilakukan. .
4. Menurut K. Bertens, pengertian etika adalah perilaku moral dan standar yang menjadi informasi bagi individu atau kelompok yang mengendalikan perilakunya secara keseluruhan.
5. Saat ini, menurut Wiliam Frankena, disiplin adalah suatu cabang yang mencakup filsafat moral, atau alasan filosofis.

Membahas behaviorisme sebagai ilmu yang mempelajari respon atau perilaku moral sama saja dengan membicarakan cara melakukannya. Orang mengatakan bahwa mereka

memiliki spiritualitas, yaitu mampu memenuhi kebutuhan hidupnya secara utuh, dalam kerangka prinsip keseimbangan antara kebutuhannya dengan kebutuhan lain, meliputi jiwa dan raga. mendiskusikan nilai atau perilaku. itu tergantung pada budayanya. Perilaku tersebut dibagi menjadi dua bagian sebagai berikut:

1. Etika Deskriptif

Ia dengan terampil memeriksa hubungan dan perilaku manusia, serta apa yang dianggap penting oleh orang-orang dalam kehidupan. Dengan kata lain, informasi penjas menggunakan perilaku dan perilaku manusia sebagai fakta, yaitu fakta yang bersifat budaya dan sosial. Tidak diragukan lagi, penilaian terhadap perilaku atau kekurangan perilaku dalam masyarakat mencakup kondisi-kondisi di mana orang dapat berperilaku.

2. Etika Normatif

Disiplin menggambarkan perilaku yang benar dan pantas yang harus atau wajib dilakukan seseorang dan apa yang penting dalam kehidupan ini. Moral adalah adat istiadat yang menjamin bahwa masyarakat berperilaku benar dan menghindari situasi yang merugikan sesuai dengan adat istiadat dan tradisi yang ada di negara tersebut.

Etika Komunikasi

Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita sehari-hari sebagai masyarakat, dari segala sesuatu yang kita lakukan dan katakan. Dalam berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari, ada manfaat yang harus kita pahami agar dapat berkomunikasi secara efektif. Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, nilai-nilai atau standar-standar yang menjadi dasar kesepakatan masyarakat sebagai gagasan dan pedoman berperilaku, sehingga budaya komunikasi merupakan suatu hal yang penting untuk dipahami dan diketahui dalam kehidupan kita. rakyat.

Budaya juga sering disamakan dengan budaya. Namun yang membedakan dengan budi pekerti dan budi pekerti adalah budi pekerti yang terdapat dalam kehidupan sehari-hari seseorang atau masyarakat. Etika sekarang mencakup pertanyaan tentang hakikat kewajiban moral, prinsip moral apa yang harus diikuti oleh manusia, dan apa yang baik bagi manusia. Komunikasi adalah cara menjalin hubungan antar manusia. Namun terkadang kita tidak memikirkan bagaimana kita dapat menggunakan komunikasi saat kita berbicara. Pentingnya mengembangkan kemampuan komunikasi pada siswa untuk menghormati orang yang berinteraksi dengannya, terutama dalam dunia percakapan. Seiring dengan komunikasi, terciptalah jaringan bisnis. Komunikasi antara siswa dan siswa atau antara siswa dan guru. Komunikasi langsung dan tidak langsung sama-sama penting. Namun ada satu hal yang ditekankan dalam komunikasi, yaitu tidak adanya metode komunikasi seperti gerak tubuh yang terkadang menimbulkan masalah. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan menggunakan keterampilan komunikasi untuk membangun hubungan baik dalam hidup.

Komunikasi yang baik akan menciptakan hubungan dan kerjasama yang baik antar manusia. Sebaliknya jika budaya komunikasi tidak dipahami maka akan terjadi kesalahpahaman sehingga menimbulkan perbedaan pendapat dan perselisihan yang dapat memecah belah kehidupan masyarakat. Ucapan positif mempunyai dampak besar pada kehidupan masyarakat, memandu cara orang berbicara dan berperilaku dalam kehidupan sehari-hari. Dalam berbicara, ada seorang pembicara dan pembicara harus saling menghormati satu sama lain agar komunikasi efektif. Keberhasilan komunikasi tergantung pada tingkat pengetahuan dan pemahaman antara pembicara dan orang yang berkomunikasi dalam bahasa tertentu selama percakapan. Sebaliknya, ketika penutur dan mitra tutur tidak memahami bahasanya masing-masing, maka terjadilah konflik.

Komunikasi yang baik akan mendatangkan kebahagiaan dan keharmonisan. Kita harus bisa memahami bahwa orang-orang di sekitar kita atau orang-orang yang kita temui adalah orang-orang yang stabil dan kita tidak boleh melakukan apapun yang merugikan kita tanpa kita sadari. Misalnya, jika orang yang kita ajak bicara tersakiti oleh perkataan atau tindakan yang buruk, misalnya, kita bisa menilai orang yang kita ajak bicara itu dengan cara yang negatif. Jadi, untuk menciptakan pengalaman komunikasi yang baik, kita harus bisa

memilih kata dan hal yang tepat. Misalnya, jika Anda memilih topik yang sesuai dengan lawan bicara Anda, Anda dapat menciptakan percakapan yang menarik karena mereka memiliki pemahaman yang sama tentang topik yang sedang dibicarakan.

Komunikasi yang baik ketika menghadapi atau menyelesaikan suatu masalah bukanlah hal yang mudah, karena lebih parahnya lagi jika masalah tersebut ditempatkan pada topik pembahasan permasalahan dan menghindari pembahasan yang langsung menjadi agenda. Namun kita harus berhati-hati dalam mencari cerita dalam sebuah artikel. karena jika kita tidak hati-hati, masalah akan bertambah parah jika pesan tidak sampai dan lawan bicara kita akan semakin tidak senang.

Islam juga mengajarkan etika. Nilai-nilai Islam didasarkan pada Al-Qur'an dan hadis. Ada yang membandingkan nilai-nilai Islam dengan akhlak. Dalam Islam, martabat komunikasi sangat dihargai. Komunikasi Islami adalah penyampaian pesan-pesan Islami dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi Islami. Oleh karena itu, komunikasi Islam menekankan pada isi dan gaya (bentuk) tuturan atau pesan sebagaimana hukum Islam, yaitu tuturan dan penggunaan bahasa (retorika). Pesan-pesan Islam yang tersebar di jaringan Islam mencakup seluruh ajaran Islam seperti aqidah (iman), syariah (Islam) dan etika (ihsan). Menurut ilmu (kaifiyah), Al-Qur'an dan Hadits memuat berbagai pedoman komunikasi yang efektif dan efisien. Dalam kasus Islam, kita bisa menyebutnya sebagai hukum, asas, atau media sosial (Taufik, 2012).

Pembicara dan pewawancara hendaknya berbicara dengan tenang, jujur, tulus, tidak rumit, lugas dan sopan. Jika hubungan ini memungkinkan bagi keduanya, maka pertukaran dan apresiasi ini akan terwujud, sehingga mengarah pada komunikasi yang lebih baik mengenai ajaran Islam. Mediator dan mediator perlu mempelajari keterampilan komunikasi ini. Aturan, prinsip, atau pola Islam ini adalah panduan umat Islam dalam komunikasi, perdagangan, dan komunikasi. Mereka berpartisipasi dalam interaksi sehari-hari, diskusi lisan dan tertulis serta aktivitas lainnya.

Beberapa jejaring sosial dalam etika berkomunikasi yang bisa kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari:

1. Menjaga Ucapan

Gunakan tutur kata yang sopan, ramah, dan penuh hormat untuk melindungi perasaan orang lain agar tidak tersakiti atau tersakiti oleh tindakan dan perilaku orang lain. Di Indonesia sendiri, lebih baik menyepakati sikap, perilaku, dan ekspresi yang umum. Dalam Islam dapat dikatakan bahwa cara berbicara yang paling baik adalah dengan mengendalikan perkataan saat melakukan sesuatu, karena setiap perkataan yang diucapkan dapat mendatangkan pahala atau kabar gembira. Islam melarang pencemaran nama baik terhadap orang lain. Allah dengan jelas menyatakan dalam Al-Qur'an bahwa jika kebiasaan buruk ini terus berlanjut, maka dipastikan manusia akan terjerumus pada kezaliman. Jangan menyebut nama mereka kepada sesepuh atau guru, guru dan lain-lain, tetapi hendaknya menyebut mereka dengan sapaan yang baik.

2. Sopan Santun

Bersikaplah hormat dan baik kepada orang yang Anda ajak bicara. Banyak kata-kata sopan yang terdengar dalam tuturan. Misalnya, sapa lawan bicara Anda dengan penuh hormat, namun tanpa bersikap sombong atau merendahkan. Gunakan nama panggilan yang sesuai dengan orang dan perhatikan nada, suara, nada dan kecepatan bicara. Bicaralah dengan lantang, jangan perlahan atau cepat, agar lawan bicara dapat mendengar dan memahaminya.

3. Efektif dan Efisien

Komunikasi dilakukan sedemikian rupa sehingga kedua belah pihak dapat memahaminya. Komunikasi merupakan cara manusia mengungkapkan pikiran dan perasaannya, baik secara verbal maupun non-verbal. Mediator dan komunikator harus berbicara dengan penuh hormat tanpa menyakiti perasaan satu sama lain, berbicara dengan lembut, jujur, jujur, dan tepat waktu dan tempat. Menggunakan pola pikir ini pada kedua belah pihak akan menunjukkan kepercayaan dan rasa hormat dari kedua belah pihak dan

hasilnya adalah komunikasi yang lebih baik. Gunakan suara yang lembut dan dapat dimengerti oleh lawan bicara, serta dapat disesuaikan dengan bahasa dan lingkungan.

4. Saling Menghargai

Tatap mata orang lain secara perlahan. Saat Anda memulai percakapan, sangat penting untuk melihat lawan bicara Anda. Inilah sebabnya mengapa seseorang mulai berbicara baik dengannya, karena ketertarikan kita pada orang yang kita ajak bicara. Jangan berpaling atau fokus pada hal lain yang mungkin mengganggu lawan bicara karena Anda merasa tidak terlihat atau tidak dihargai dalam percakapan tersebut. Hal terbaik adalah menatap mata seseorang. Jika sulit melihat langsung ke mata lawan bicara, Anda bisa melihat sela-sela matanya (seperti hidung).

Etika Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah proses penyampaian pesan antar individu, kelompok atau organisasi. Hal ini dapat dikomunikasikan dengan mengirimkan pesan. Menurut Hovland, Janis dan Kelly (Tan, 1981:93) mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai suatu proses dimana seseorang (komunikator) mengirimkan sesuatu (biasanya kata-kata) untuk mengubah perilaku orang lain (menghapus). Oleh karena itu, komunikasi persuasif adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan pesan persuasif dengan menggunakan tanda-tanda kebahasaan yang mempengaruhi perilaku orang lain (komunikator). Menurut teori ini, psikologi dapat dikatakan sebagai suatu metode komunikasi yang mengubah sikap dan perilaku seseorang melalui pesan-pesan verbal dan sugesti.

Messinna mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai: "usaha untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap, atau perilaku khalayak dengan memberikan jawaban-jawaban penting kepada mereka melalui komunikasi dan membantu khalayak dalam kemampuannya mengambil keputusan secara sukarela, terinformasi, pantas, dan tepat." ". pertunjukan penonton dan penyajian gagasan, gagasan yang memungkinkan penilaian dengan cara tertentu/atas kemauan atau paksaan).

Richard M. Perloff, *Dynamics of Persuasive Communication and Attitudes*, 21, mencantumkan beberapa definisi teori komunikasi persuasif sebagai berikut:

- 1) strategi komunikasi dimana penutur berupaya memperoleh tanggapan yang diinginkan dari lawan bicaranya (komunikasi adalah strategi yang berupaya memperoleh tanggapan sesuai dengan kebutuhan penutur);
- 2) Suatu usaha yang dilakukan oleh seorang individu untuk mengubah tingkah laku, keyakinan, atau perilaku individu lain atau sekelompok individu dengan cara mengirimkan pesan (usaha khusus yang dilakukan oleh individu/kelompok untuk mengubah perilaku, keyakinan, atau perilaku individu lain). / dengan mengirimkan pesan grup);
- 3) metafora mengacu pada penerimaan atau penerimaan yang diberikan terhadap dunia pengetahuan baru atau perilaku yang jelas melalui pertukaran informasi (seperangkat program yang mengikuti metode visual atau psikologis untuk mempromosikan pengetahuan atau perilaku yang mereka inginkan melalui penonton);
- 4) Dengan sengaja dan berhasil mencoba mempengaruhi keadaan mental orang lain melalui komunikasi sehingga pembicara dapat memperoleh kebebasan (sengaja mencoba mempengaruhi keadaan mental orang lain melalui komunikasi; pendengar mempunyai pilihan).

Ada komponen terkait definisi komunikasi persuasif di atas yaitu:

1) Nasihatnya bersifat simbolis

Ketaatan membutuhkan waktu dan langkah. Itu tidak terjadi secara tiba-tiba atau cepat. Komunikasi adalah suatu kegiatan khusus dan terencana yang melibatkan pembicara. Komunikasi dapat bersifat verbal atau nonverbal dengan gerak tubuh.

2) Tujuannya adalah untuk mencoba mempengaruhi orang

Ibarat seni persuasi, dalam komunikasi persuasif penutur harus mempunyai niat yang sungguh-sungguh untuk mengubah tingkah laku atau tingkah laku objeknya dan melakukan upaya yang tulus untuk mempengaruhi penuturnya. Gagasan utama di sini adalah bahwa

berpikir adalah upaya halus untuk mempengaruhi orang lain dengan mengungkapkan perubahan dalam pikiran orang tersebut. Maksud adalah pesan yang dimaksudkan, yang diprakarsai oleh pembicara dengan maksud untuk mempengaruhi penerimanya.

3) Setiap orang akan bertindak sesuai dengan keyakinannya

Pembicara tidak boleh “konfrontasi”, yaitu persuasi dan manipulasi yang baik, serta disertai argumentasi yang kuat sehingga orang yang dibujuk mau menurutinya tanpa merasa menyentuh. Kutipan Joel Whalen (1996) yang dikutip oleh Richard mengatakan: “Anda tidak bisa membuat orang percaya - Anda harus merangsang keinginan mereka dan menunjukkan apa yang mereka pikirkan. Di balik pikiranmu” (Anda tidak bisa memaksa orang untuk percaya, Anda bisa membujuk mereka dengan memberikan argumen di balik pemikiran Anda).

4) Persuasi adalah tentang pesan

Dalam komunikasi persuasif, pesan dapat berbentuk verbal atau nonverbal, disiarkan atau nonverbal. Isi pesan bisa diterima atau sulit digunakan, pesannya nyata atau emosional. Untuk kenyamanan, pesan dapat berisi simbol sederhana seperti teks atau musik. Persuasi adalah aktivitas komunikasi; oleh karena itu, harus ada kata-kata yang persuasif untuk memenuhinya. Ya, berita mengubah sikap dan keyakinan masyarakat seiring dengan perkataannya. disampaikan melalui siaran berbentuk berita, berbagai karya seni, buku, film, bahkan musik atau lagu juga bisa memersuasi. Namun, meskipun ada kata-kata dalam cerita dan gambar yang dapat mengubah sikap seseorang, namun hal tersebut tidak dapat dikaitkan dengan persuasi yang sebenarnya, karena persuasi diartikan sebagai upaya meyakinkan orang lain agar pikiran atau perilakunya berubah. Penulis tidak berusaha mengubah pemikiran atau pendapat masyarakat, namun sekadar menampilkan atau mendeskripsikan peristiwa demi informasi publik.

5) Semangat kebebasan berkuasa

Agar lebih mudah memahami makna kebebasan, Richard mengambil pendapat filsuf tersebut dari Feinberg, (1998) “paksaan adalah suatu cara untuk memaksa orang melakukan apa yang diinginkannya, dan hal tersebut terkesan bertentangan dengan mereka. Ancaman konsekuensi serius sering kali digunakan jika pelaku tidak melakukan apa yang diinginkan oleh pelaku intimidasi. tidak melakukan apa yang dikatakan si penindas.

Unsur Komunikasi Persuasif

Keberhasilan suatu aktivitas yang disengaja sangat bergantung pada apa yang dipertaruhkan. Pada prinsipnya, tidak ada perbedaan besar antara apa yang ada di sekitar kita, dan komunikasi dan komunikasi, ada beberapa hal yang bisa dijual dalam penjualan pidato;

a. Sumber (source/persuader)

Kekuatan atau merek dari seorang pembujuk sangat menentukan keberhasilan persuasi. Sosiolog Jerman Max Weber (1968) mengatakan bahwa karisma: ciri khusus seseorang yang membedakannya dari orang biasa dan memperlakukannya sebagai orang yang diberkahi dengan kekuatan ilahi, kekuatan dan karakteristik yang unggul atau kurang unik "(karakteristik karisma karakteristik pribadi manusia. berdasarkan karakteristik pada ciri-ciri yang tidak dimiliki setiap orang, yang memberinya kekuatan ilahi yang menjadikannya pribadi yang istimewa dan unik).

Sumber atau himbauan dalam tekanan komunikasi tidak hanya mencakup satu orang saja, namun dapat juga suatu kelompok, misalnya partai, serikat buruh, organisasi atau negara, dan tekanan tersebut dapat berupa buku dan lain-lain.

b. Pesan (message)

Pesan adalah apa yang disampaikan pembicara kepada penerimanya. Pesan mencakup kata lain seperti pesan, isi, dan informasi. Apabila terdapat kesamaan tanda dan gejala antara komunikasi dan komunikasi, maka cara ini disebut pemahaman utuh.

Salah satu hal terpenting yang perlu diketahui tentang pesan adalah bahwa pesan tidak dapat digunakan kembali, yang berarti pesan tersebut tidak dapat diambil. Setelah pesan terkirim, pengirim biasanya tidak dapat mengontrol hasil pesan tersebut. Pepatah

Inggris mengatakan “forgive but never forget” (kita bisa memaafkan kesalahan orang lain, tapi kita tidak akan pernah melupakannya). Kekekalan ini berarti masyarakat harus berhati-hati dalam menyampaikan informasi.

c. Komunikasikan (persuadee)

Membujuk seseorang dan/atau sekelompok orang untuk mengirimkan pesan/siaran yang tidak mengandung pendapat/ucapan.

d. Media (channel)

Media adalah sarana penyampaian pesan dari sumber ke penerima. Komunikasi dapat dilakukan tanpa media (non media) seperti tatap muka, dan dapat dilakukan melalui media. Berdasarkan jumlah saluran komunikasinya, media sosial dibedakan menjadi media dan non media. Jika dilihat dari waktu pemasangan iklan, maka media dapat dibedakan menjadi iklan periodik (iklan yang terlihat/dilihat secara berkala, misalnya harian, mingguan) dan iklan yang tidak terjadi dalam jangka waktu tertentu (akhirnya).

e. Pengaruh (effect)

Pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan penerima sebelum atau sesudah menerima pesan. Pengaruh ini dapat terjadi pada pengetahuan, perilaku, dan kepribadian seseorang. Oleh karena itu, dapat juga diartikan sebagai perubahan pemahaman, tingkah laku, dan tingkah laku seseorang akibat menerima pesan tersebut, atau sebagai akibat dari menguatnya keyakinan.

f. Umpan balik (feedback atau response)

Seseorang yang mengirimkan pesan kepada pasangannya juga merupakan contoh pembicara atau orang yang meresponnya. Respon ini sering juga disebut respon, tanggapan, atau tanggapan persuasif, tergantung pesan yang disampaikan oleh persuasi tersebut. Semua komunikasi yang baik memerlukan pengetahuan.

g. Lingkungan

Keadaan dapat mempengaruhi proses komunikasi. Faktor-faktor tersebut dapat dibedakan menjadi empat jenis: 1) lingkungan fisik, seperti adanya fasilitas komunikasi, 2) lingkungan sosial seperti kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, 3) lingkungan psikologis, yaitu lingkungan sosial. pikiran. pemikiran komunikasi.

SIMPULAN

Etika berasal dari kata Yunani ethos dan etikos. Pengertian kata etika dari kata ethos berarti tingkah laku yang baik, tingkah laku yang baik, tingkah laku, budaya dan tempat. Menurut bahasa Yunani kebajikan berasal dari kata kebiasaan, yaitu suatu perbuatan yang diulang-ulang agar mudah dilakukan. Sedangkan pengertian etika secara etimologis berasal dari kata etikos yang berarti tingkah laku, budi pekerti yang baik, atau keutamaan dan amalan.

Perilaku mengacu pada perilaku dan perilaku. Belajar dengan baik berarti berbuat baik. Disiplin adalah keseluruhan perilaku manusia, yang membimbing orang pada jalan menjadi orang baik. Nilai moral mewakili nilai bagaimana manusia dapat hidup dengan baik. Disajikan pula model-model teoritis dan berbagai konsep teoritis dalam kajian perilaku manusia. Selain memberikan landasan bagi kehidupan yang baik, disiplin juga bertujuan untuk menciptakan moralitas, tanggung jawab, kepercayaan terhadap nilai-nilai kehidupan dan mengutamakan manusia.

Hubungan langsung dan tidak langsung itu penting. Namun komunikasi mempunyai pengaruh yang luas dengan ciri-ciri non-komunikasi, seperti perilaku, yang terkadang menimbulkan masalah. Memahami dan menggunakan keterampilan komunikasi yang efektif untuk meningkatkan hubungan pribadi. Keterampilan komunikasi yang baik memastikan hubungan dan hubungan interpersonal yang baik. Namun di sisi lain, tanpa menguasai seni komunikasi maka akan terjadi konflik dan konflik serta perselisihan yang dapat mengoyak kehidupan seseorang. Keterampilan komunikasi mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan masyarakat, menjadi pedoman dalam berkomunikasi dengan masyarakat atau bertindak dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasani, J. (2021). Komunikasi Persuasif Perspektif Al-Qur'an (Studi Komparatif Makkiy dan Madaniy). Disertasi, 1–362. <http://repository.ut.ac.id/4495/1/SKOM4326-M1.pdf%0Ahttp://www.pustaka.ut.ac.id/lib/2016/08/08/skom4326-komunikasi-persuasif/#tab-id-3>
- Herieningsih, S. W. (2008). Komunikasi Politik dan Etika Komunikasi Dalam Kampanye Pilkada. In Forum (Vol. 36, Issue 2, pp. 5–11). <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/forum/article/view/11891>
- Ihsani, A. F. A., & Febriyanti, N. (2021). Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital. Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial, 2(1), 24. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v2i1.512>
- Mannan, A. (2019). Etika Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Kepada Dosen Melalui Smartphone. Jurnal Aqidah, 5(1), 1–22.
- Muslimah. (2016). Etika Komunikasi Dalam Islam. Jurnal Sosial Budaya, 13(2), 22–37.
- Muslimah, Budaya, M. M. S., & undefined. (2016). Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam. Ejournal.Uin-Suska.Ac.Id, 13(2), 115–125. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/SosialBudaya/article/view/3534>
- Novianti, E., Endyana, C., Lusiana, E., & Wulung, S. R. P. (2020). Komunikasi Persuasif dan Penerapannya di Daya Tarik Wisata Tebing Keraton Sekolah Pascasarjana Universitas Padjadjaran, Jl. Dipatiukur No. 35 Bandung Pendidikan Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia, Jl. Dr. Setiabudhi No. 229 Bandung Persu. Journal of Sustainable Tourism Research, 2(3), 43–47.
- Pujanarko, M. (2018). Etika Komunikasi Verbal dalam Penulisan Berita di Media Online. Jurnal Citra, 9(1), 1–8. <http://jurnalcitra.id/index.php/JCN/article/view/33%0Ahttp://jurnalcitra.id/index.php/JCN/article/viewFile/33/26>
- Rahmatul Akbar. (2019). Etika Komunikasi: Suatu Studi Komparatif Antara Islam Dan Barat. Lentera Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies, 1(1), 61–68.
- Saihu, M. (2021). Etika Komunikasi dalam Pendidikan Melalui Kerangka Teori Teacher Engagement (Studi di Smk Puspita Persada Jakarta Selatan Tahun Pelajaran 2019 / 2020). Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam, 10(1), 445–466. <http://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ei/article/view/1593>
- Sari, A. F. (2020). Etika Komunikasi. TANJAK: Journal of Education and Teaching, 1(2), 127–135. <https://doi.org/10.35961/tanjak.v1i2.152>
- Titi, D., & Yudi, N. (1917). Prinsip dan etika komunikasi dakwah. 186–197.
- Wati, F. F. (2017). Kemampuan Komunikasi Persuasif Pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah. Jurnal Online Kinesik, 4(1), 81–92.
- Wiharto, M. (2014). Mulyo Wiharto-Etika. Forum Ilmiah Indonusa, 4(3), 197–198.
- Wulandari, D. (2019). Mengenal etika komunikasi. E Journal Komunikasi, 4, 1–4.
- YOHANA PUTRI, L. R. (2023). PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF PADA FITUR TIKTOK LIVE TERHADAP MINAT BELI PRODUK SOMETHINC (Studi Pada Followers TikTok@ somethincofficial).
- Kusdaryanta, R. G., & Suranto. (2022). Komunikasi Persuasif Pengurus Organisasi Sepakbola Dalam Membina Etika Kelompok Suporter Fanatik Sepakbola Klub PSIM Jogja. 05(04), 341–349.
- Sari, A. F. (2020). Etika Komunikasi. TANJAK: Journal of Education and Teaching, 1(2), 127–135. <https://doi.org/10.35961/tanjak.v1i2.152>
- K. Bertens, Etika, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), 4.
- Weny, Pembelajaran Etika dan Penampilan Bagi Millenial Abad 21, (Guepedia, 2021), 11-12.
- Muhammad Alfian, Filsafat Etika Islam, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 20-21.
- Hamzah Ya'kub, Etika Islami : Pembinaan Akhlakkul Karimah, (Bandung: CV Diponegoro, 1983), 12.

Maidiantius, "Etika Dalam Pendidikan: Kajian Etis Tentang Krisis Moral Berdampak Pada Pendidikan", Jaffray, 12, no.2, 2014, 237-238