

kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional ,aspek simpati dan empati seseorang dapat di gubah.²²

Untuk mengawali tentang definisi komunikasi persuasi ,maka perlu di ketahui bahwa ada 3 jenis pola komunikasi Menurut Burgon dan Huffner yaitu Pertama, komunikasi asertif yaitu kemampuan komunikasi yang mampu menyampaikan pendapat secara lugas kepada orang lain (komunikasikan) namun tidak melukai atau menyinggung secara verbal maupun non verbal (tidak ada agresi verbal dan non verbal). Kedua, komunikasi pasif yaitu pola komunikasi yang tidak mempunyai umpan balik yang maksimal sehingga proses komunikasi sering kali tidak efektif. Ketiga, Komunikasi agresi yaitu pola komunikasi yang mengutarakan pendapat/informasi atau pesan secara lugas namun terdapat agresi verbal dan non verbal.²³

Secara spesifik pada komunikasi persuasi, maka Burgon dan huffner meringkas beberapa pendapat dari beberapa ahli mengenai definisi komunikasi persuasi sebagai berikut, Pertama, Proses komunikasi yang bertujuan mempengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar menyesuaikan pendapat dan keinginan komunikator. Kedua, Proses Komunikasi yang mengajak dan membujuk orang lain dengan tujuan

²² Herdian Maulana, Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* (Jakarta : Akademia Permata 2013),7

²³ Ibid, 7

leaflet, brosur, selebaran, stiker, buletin. Media luar ruang misalnya *out door* media, misalnya baliho, spanduk, reklame, electronic board, bendera, jumbai, pin, logo, topi, rompi, kaos oblong. Saluran komunikasi kelompok misalnya organisasi profesi, ikatan alumni organisasi social keagamaan, karang taruna, kelompok pengajian. Saluran Komunikasi public misalnya pameran, balai desa, aula, alun-alun, pasar, swalayan. Saluran komunikasi social misalnya pesta perkawinan, acara sunatan, arisan, pertunjukan wayang, pesta perkawinan.⁶⁴

5. Umpan balik

Umpan balik Balasan dari perilaku yang di perbuat, umpan balik bisa dalam bentuk eksternal dan internal. Umpan balik internal adalah reaksi *persuader* atas pesan yang di sampaikan sedangkan umpan balik eksternal adalah reaksi penerima atas pesan yang di sampaikan.⁶⁵

6. Efek Komunikasi Persuasif

Efek komunikasi persuasif adalah perubahan yang terjadi pada diri *persuade* sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi, efek yang terjadi dapat berbentuk perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku.⁶⁶

⁶⁴ Hafied Cangara, Komunikasi politik : *Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada 2009), 38

⁶⁵ Herdian Maulana, *Gumung gumelar, Psikologi Komunikasi dan Persuasi* (Jakarta : Akademia Permata 2013), 12

⁶⁶ Ibid

H. Kontekstualisasi teori komunikasi persuasif pada program pembinaan Muallaf lembaga Muhtadin Masjid Al-falah Surabaya .

