

KEKUATAN **KATA** DALAM BRANDING DAN IKLAN YANG **PERSUASIF**



Bowo Laksono - Sr. Copywriter
Magister Linguistik Terapan
Universitas Al Azhar Indonesia 2024



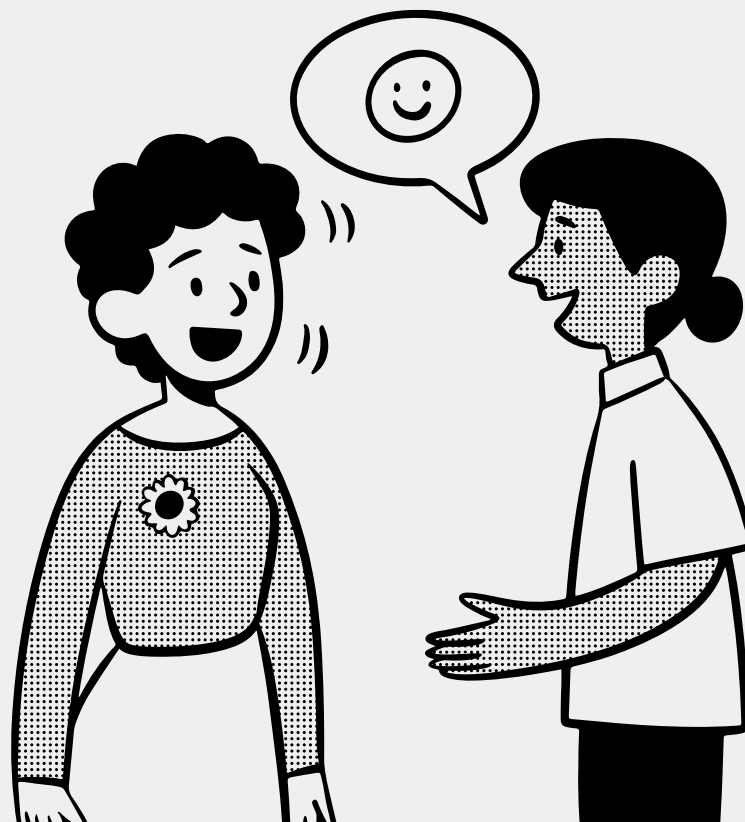
APA SIH, YANG MAU KITA OBROLIN MALAM INI?

NEXT PAGE



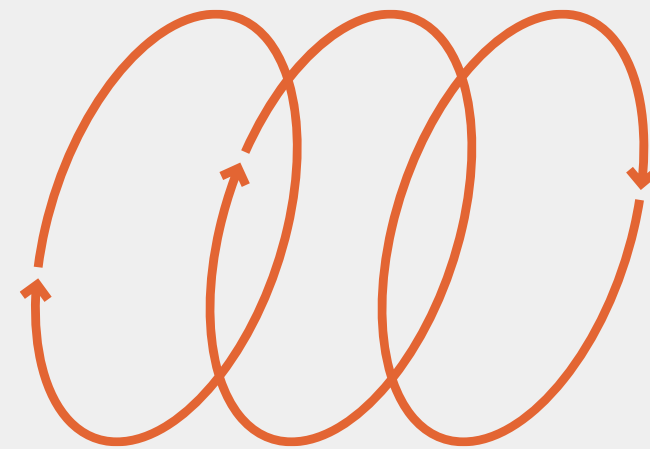
MENU NGOBRAL #27

1. Mengajak orang lain bersepakat dengan menerapkan ***'Strategi Kesantunan'***
2. Penggunaan ***'Pesan Tersirat'*** dalam Iklan
3. Mereset ***'Bahasa dalam Masyarakat'*** untuk Membuat Pesan Iklan
4. Membuat Ide Iklan dengan Pendekatan ***'Ilmu Tanda'***



APA YANG DIMAKSUD DENGAN

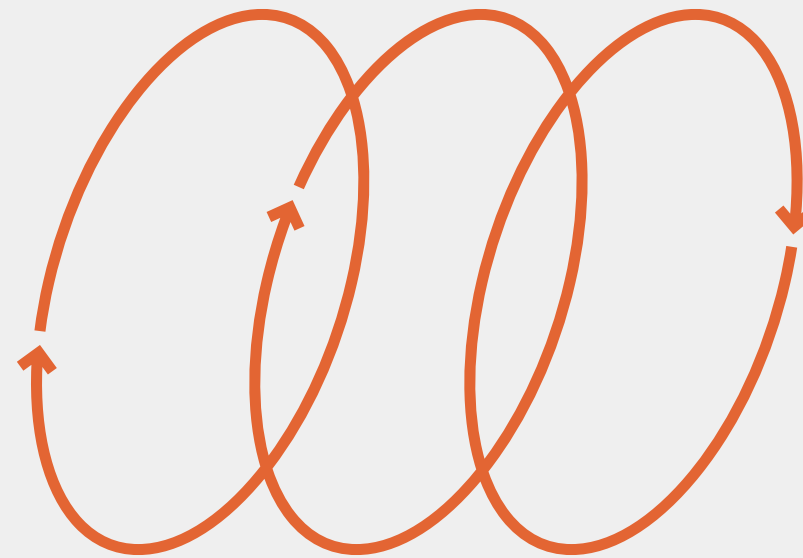
PERSUASI?



NEXT PAGE

Proses membujuk atau meyakinkan dengan sebuah alasan.

Tujuannya untuk mendapatkan kesepakatan.



NEXT PAGE



AGREE!!!

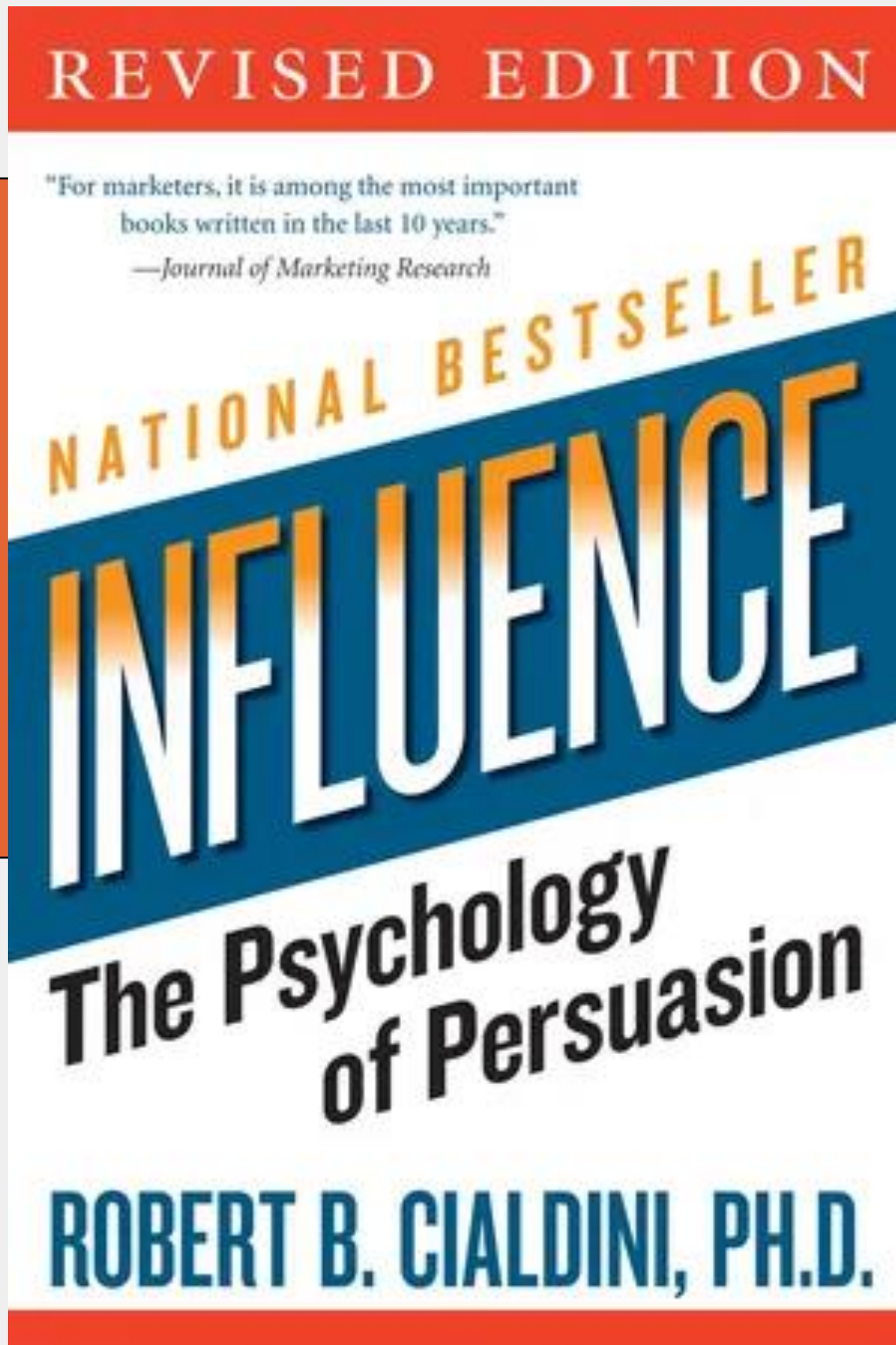
MENGAJAK ORANG LAIN BERSEPAKAT
DENGAN 'STRATEGI KESANTUNAN'

**SAAT DITAWARI SEBUAH
PRODUK, KAMU LEBIH SUKA CARA
YANG MANA?**

AGRESIF?

ASERTIF?





*"Teknik persuasi paling ampuh itu datang dari bentuk yang **sopan**" - Cialdini, 1984*



Politeness

Some universals in
language usage

PENELOPE BROWN and
STEPHEN C. LEVINSON



Studies in Interactional Sociolinguistics 4

Politeness Strategy

Brown & Levinson, 1987

Upaya komunikatif untuk membangun hubungan yang harmonis dengan lawan bicara melalui penggunaan bahasa yang sopan dan empatik. Tujuannya, menghindari kesan memaksa atau ofensif dalam penyampaian pesan.

Contoh kasus (situasi):

Kita baru aja buka usaha coffee shop, kemudian ada pelanggan datang buat beli kopi dan lagi pilih-pilih menu. Goals kita sebagai penjual adalah jualan menu baru yaitu caramel sea salt latte ke customer.

