

PSIKOLOGI PESAN

Tine A. Wulandari, M.I.Kom.

Hasil Penelitian Psikolog HE. King

Kita dapat menggerakkan orang lain dengan menstimulasi salah satu bagian otaknya.

George A. Miller (Profesor Psikolinguistik dari Rockefeller University)

- **Kini ada seperangkat perilaku yang dapat mengendalikan pikiran dan tindakan orang lain secara perkasa. Teknik pengendalian ini dapat menyebabkan orang lain melakukan sesuatu yang tidak terbayangkan. Kita tidak dapat melakukannya tanpa adanya teknik ini. Teknik ini dapat mengubah pendapat dan keyakinan, dapat digunakan untuk menipu orang lain, dan membuat orang lain gembira atau sedih, dapat membuat orang lain menginginkan sesuatu yang tidak dimilikinya. Kita bahkan dapat menggunakannya untuk mengendalikan diri sendiri. Teknik ini adalah alat yang luar biasa perkasa dan dapat digunakan untuk apa saja.**
- **Teknik ini tidak ditemukan oleh psikolog, tidak berasal dari pemberian makhluk halus, tidak juga diperoleh secara parapsikologis.**
- **Teknik ini telah dimiliki oleh manusia sejak zaman prasejarah.**

Teknik Pengendalian Perilaku Orang Lain Ini Lazim Disebut sebagai BAHASA

Dengan bahasa, yang merupakan kesimpulan kata-kata, kita dapat mengatur perilaku orang lain. Inilah kekuatan bahasa, kekuatan kata-kata, *the power of words.*

Bahasa

- **Pesan dalam bentuk kata-kata dan kalimat**
- **Selanjutnya disebut sebagai Pesan Linguistik**

Mendefinisikan Bahasa

Terdapat dua cara untuk mendefinisikan bahasa:

Definisi Fungsional

- **Alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan (karena bahasa hanya bisa dipahami bila ada kesepakatan dari anggota kelompok sosial untuk menggunakannya).**

Definisi Formal

- **Semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa.**

Tata Bahasa

FONOLOGI

Informasi mengenai bunyi-bunyi dalam bahasa
(membedakan bunyi *th* pada *the* dengan *th* pada *think*)

SINTAKSIS

Pengetahuan mengenai cara pembentukan kalimat
(menempatkan *to be* dalam kalimat normal)

SEMANTIK

Mengetahui secara leksikal arti kata atau gabungan kata-kata-kata (misalnya arti *take* dan *take in* atau *take out*)

George A. Miller

Untuk mampu menggunakan suatu bahasa, harus menguasai ketiga tahapan bahasa tersebut, ditambah dua tahap lagi.

Tahap Keempat, tinggal kita dan dunia yang kita bicarakan. Tahap Kelima, kita harus mempunyai semacam sistem kepercayaan untuk menilai apa yang kita dengar.

Tiga tahap pertama (kerangka konseptual) khusus dibicarakan oleh ahli bahasa. Pada dua tahap terakhir, psikologi menaruh perhatiannya (sistem kepercayaan).

Psikolinguis menelaah peranan konsep dan kepercayaan dalam menggunakan dan memahami pesan.

SAYA MENEMUKAN BUKU KUNO TENTANG RAJA-RAJA YANG DIMAKAN RAYAP.

BETAPA PENTINGNYA MENYAMAKAN KERANGKA KONSEPTUAL DAN SISTEM KEPERCAYAAN DENGAN AUDIENS SEBELUM MENYAMPAIKAN GAGASAN KITA.

General Semantics

Berhati-hati dengan abstraksi

Abstraksi adalah proses memilih unsur-unsur realitas untuk membedakannya dari hal-hal yang lain.

Berhati-hati dengan dimensi waktu

Bahasa itu statis, sedangkan realitas itu dinamis. Maka direkomendasikan menggunakan *dating* (penanggalan)

Jangan mengacaukan kata dengan rujukannya

Hubungan antara kata dengan rujukannya (objek, gagasan, situasi) bersifat tidak semena-mena. Kata bukan rujukan, kata hanya mewakili rujukan.

Jangan mengacaukan pengamatan dengan kesimpulan

Kita salah besar kalau mengambil keputusan berdasarkan kesimpulan, tetapi beranggapan kita melakukannya berdasarkan pengamatan.

Pesan Paralinguistik

Manusia mengucapkan kata-kata dan kalimat dengan cara-cara tertentu. Setiap cara berkata memberikan maksud tersendiri.

Pesan Ekstralinguistik

Manusia juga menyampaikan pesan dengan cara-cara lain selain dengan bahasa, misalnya dengan isyarat.

Pesan paralinguistik dan ekstralinguistik disebut sebagai Pesan Nonverbal

Fungsi Komunikasi Non Verbal

REPETISI

Mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal

SUBSTITUSI

Mengganti pesan verbal

KONTRADIKSI

Menolak atau memberikan makna lain terhadap pesan verbal

KOMPLEMEN

Melengkapi/ memperkaya makna pesan non verbal.

AKSENTUASI

Menegaskan pesan verbal

***No mortal can keep a secret
If his lips are silent
He chatter with his fingertips
Betrayal oozes out of him at every pore***

(Sigmund Freud)

SISTEM PENYUSUNAN (ORGANISASI) PESAN

	Holingsworth	Ross	Hovland	Miller & Dollard	Monroe
<i>Introduction</i>	<i>Attention</i>	<i>Attention</i>	<i>Attention</i>	<i>Drive</i>	<i>Attention</i>
<i>Body</i>	<i>Interest Impression Conviction</i>	<i>Need Plan Objection</i>	<i>Comprehen- sion</i>	<i>Need Stimulus Response</i>	<i>Need Satisfaction Visualization</i>
<i>Conclusion</i>	<i>Direction</i>	<i>Reinforcement Action</i>	<i>Acceptance</i>	<i>Reward</i>	<i>Action</i>

**Motivated
Sequences
(Urutan
penyusunan
pesan)**

Monroe

- *Attention* (Perhatian)
- *Need* (Kebutuhan)
- *Satisfaction* (Pemuasan)
- *Visualization* (Visualisasi)
- *Action* (tindakan)
- *Jika ingin memengaruhi orang lain, rebutlah perhatiannya, selanjutnya bangkitkan kebutuhannya, berikan petunjuk bagaimana memuaskan kebutuhan itu, gambarkan dalam pikirannya keuntungan dan kerugian yang akan diperolehnya, dan akhirnya doronglah untuk bertindak.*

Struktur Pesan

Menyampaikan info di hadapan audiens yang tidak sepaham.

- **Bila suatu acara menyajikan dua sisi persoalan (pro dan kontra), tidak ada keuntungan untuk menjadi pembicara pertama karena berbagai kondisi akan menentukan pembicara yang paling berpengaruh**
- **Bila audiens secara terbuka memihak satu sisi persoalan, sisi yang lain tidak mungkin mengubah posisi mereka.**
- **Jika pembicara menyajikan dua sisi persoalan, kita biasanya lebih mudah dipengaruhi oleh sisi yang disajikan lebih dulu.**
- **Perubahan sikap lebih sering terjadi jika gagasan yang dikehendaki atau diterima, disajikan sebelum gagasan yang kurang dikehendaki.**
- **Urutan pro-kontra lebih efektif daripada kontra-pro bila digunakan oleh sumber yang memiliki otoritas, dihormati.**
- **Argumen yang terakhir didengar akan lebih efektif bila ada jangka waktu cukup lama diantara dua pesan dan pengujian segera terjadi setelah pesan kedua.**

Imbauan Pesan

Imbauan Rasional

Meyakinkan orang lain dengan pendekatan logis atau penyajian bukti.

Imbauan Emosional

Menggunakan pernyataan atau bahasa yang menyentuh emosi audiens.

Imbauan Takut

Menggunakan pesan yang memecahkan, mengancam, atau meresahkan.

Imbauan Ganjaran

Menggunakan rujukan yang menjanjikan audiens sesuatu yang mereka butuhkan atau inginkan.

Imbauan Motivasional

Menggunakan imbauan motif yang menyentuh kondisi internal dalam diri manusia.

	MOTIF	IMBAUAN MOTIF
I.	<p>Biologis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lapar dan dahaga 2. Lelah 3. Seks 4. Keselamatan 	<p>Kenikmatan, kesenangan, kemewahan. Rekreasi, permainan, pelepasan dari ketegangan. Daya tarik seks, pelecehan, perkosaan. Kesehatan, keamanan, perlindungan, ketentraman.</p>
II.	<p>Psikologis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Organisme <ol style="list-style-type: none"> a. Ingin tahu b. Prestasi 2. Sosial <ol style="list-style-type: none"> a. Kasih sayang b. Harga diri c. Kekuasaan 3. Transendental <ol style="list-style-type: none"> a. Agama b. Nilai filosofis 	<p>Pengetahuan, pengalaman, petualangan. Perjuangan, kemampuan, ambisi, kreasi. Kesetiaan, kekeluargaan, simpati. Kebanggaan, kemuliaan, gengsi. Kekuatan, paksaan, pengaruh. Pemujaan, keajaiban, kepercayaan. Keindahan, keagungan, keadilan.</p>