



Psikologi Komunikator



***He doesn't
communicate
what he says,
he communicates
what he is.***

Ketika komunikator berkomunikasi, yang berpengaruh bukan saja apa yang ia katakan, tetapi juga keadaan dia sendiri.

DIMENSI-DIMENSI ETHOS

Credibility (Kredibilitas)

Atractiveness (Daya Tarik)

Kekuasaan





KREDIBILITAS

- Kredibilitas adalah persepsi komunike.
- Kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator.
- Komponen kredibilitas:
 - **Keahlian** adalah kesan yang dibentuk komunike tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan.
 - **Kepercayaan** adalah kesan komunike tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya.



DAYA TARIK

05

Faktor Atraksi Fisik

- Atraksi Fisik menyebabkan komunikator menarik. Oleh karena itu, ia memiliki daya persuasif untuk mengubah sikap dan perilaku.

Faktor Kesamaan

- Menurut Simons ada 4 faktor dalam kesamaan:
 - Mempermudah proses penyandibalikan (*decoding*)
 - Membantu membangun premis yang sama
 - Menyebabkan komunikate tertarik pada komunikator
 - Menumbuhkan rasa hormat dan percaya pada komunikator



Psikologi Komunikasi



KEKUASAAN

Kekuasaan adalah kemampuan menimbulkan ketundukan.

5 Jenis Kekuasaan (Raven, 1974):

- Kekuasaan koersif
- Kekuasaan keahlian
- Kekuasaan informasional
- Kekuasaan rujukan
- Kekuasaan legal

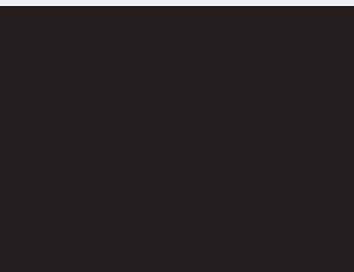


Psikologi Pesan

JENIS PESAN

Pesan Linguistik

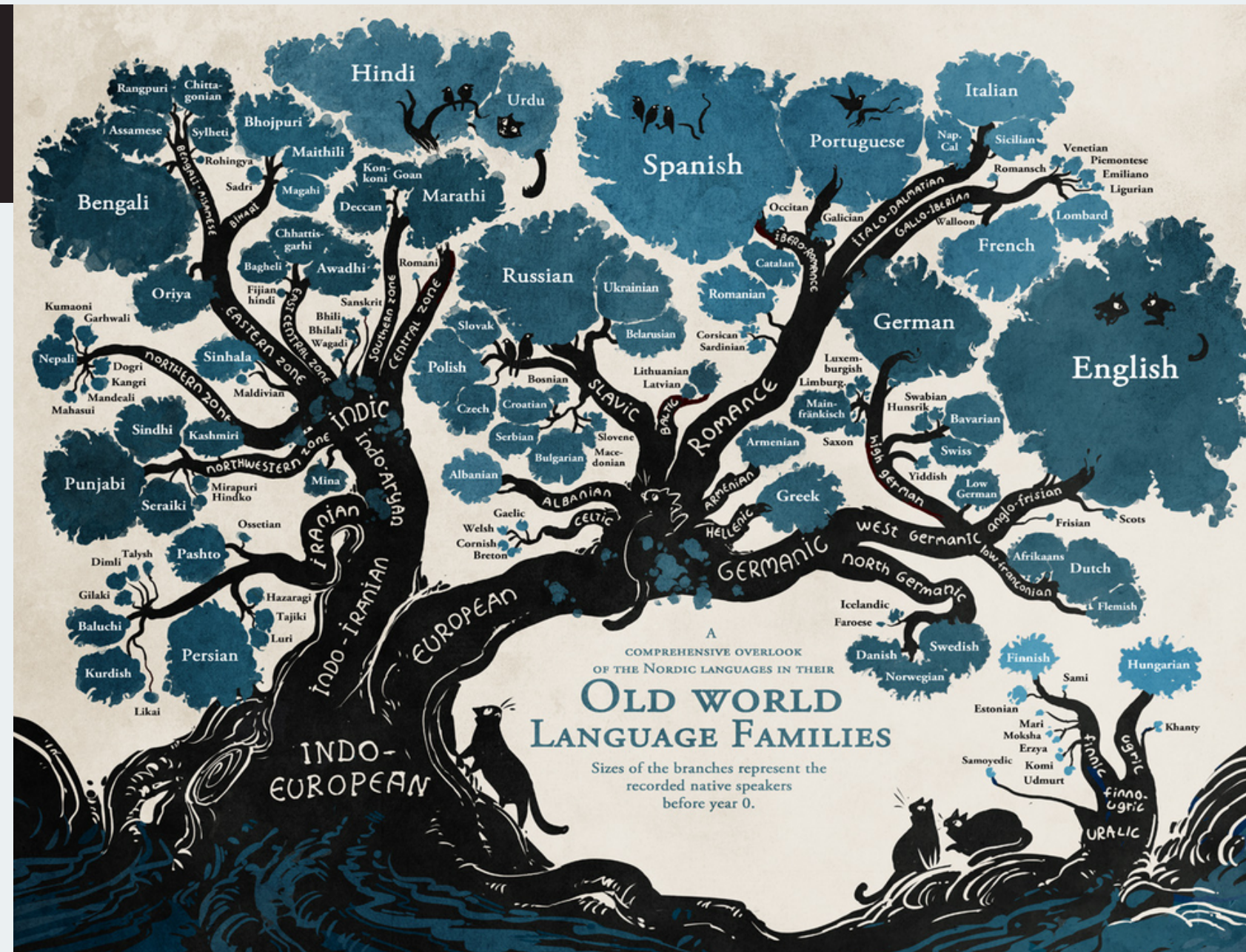
Pesan Nonverbal

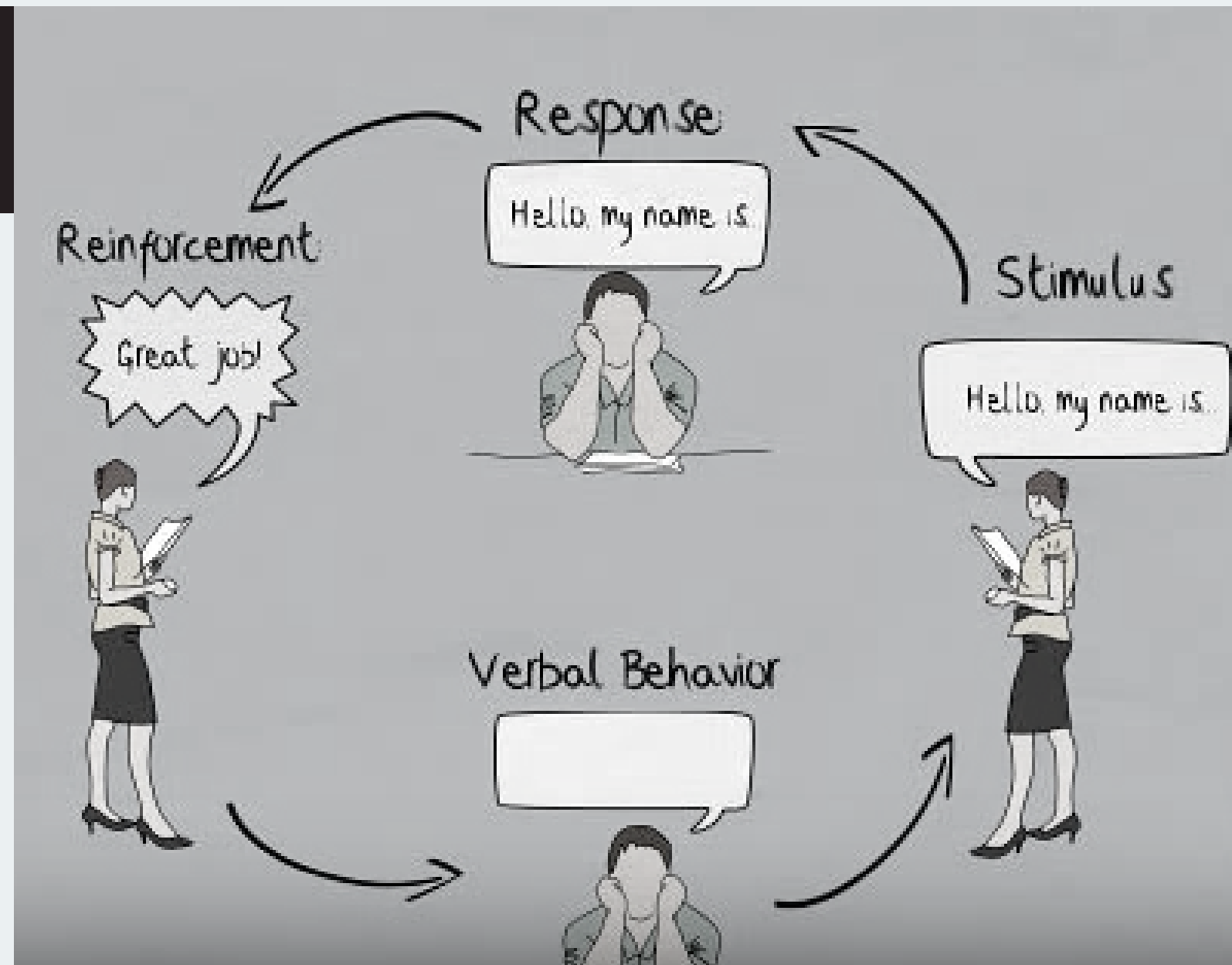


PESAN LINGUISTIK

Definisi Bahasa

- **Formal**
Bahasa sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa yang meliputi 3 unsur yaitu : fonologi, sintaksis, dan semantik.
- **Fungsional**
Alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan bahasa.





CARA BERBAHASA

Teori Belajar dari Behaviorisme

Didapat dari tiga proses:

- **Asosiasi**
Melazimkan suatu bunyi dengan objek tertentu.
- **Imitasi**
Menirukan pengucapan dan struktur kalimat yang didengarnya.
- **Peneguhan**
Ungkapan kegembiraan yang dinyatakan saat mengucapkan kata-kata dengan benar.

Teori Nativisme dari Noam Chomsky

Setiap anak mampu menggunakan suatu bahasa karena adanya pengetahuan bawaan (*preexistent knowledge*) yang telah diprogram secara genetik dalam otak (*L.A.D : Language Acquisition Device*)



Relatively speaking: do our words influence how we think?

Linguistic relativity can tell us about our perceptions of reality and the relationship between language and the way we think

[the Guardian](#) / Jan 29, 2014

HUBUNGAN BAHASA DAN PROSES BERPIKIR

Menurut teori Von Humboldt, Sapir, Whorf, dan Cassier :
"principle of linguistic relativity"

Bahasa menyebabkan kita memandang realitas sosial dengan cara tertentu.

Dalam hubungannya dengan berpikir, konsep-konsep dalam suatu bahasa cenderung menghambat atau mempercepat proses pemikiran tertentu



KATA-KATA DAN MAKNA

- **Makna Inferensial**
Makna satu kata atau lambang adalah objek, pikiran, gagasan, konsep yang dirujuk oleh kata tersebut
- **Menunjukkan Arti (*significance*)**
Menunjukkan arti suatu istilah sejauh dihubungkan dengan konsep-konsep yang lain
- **Makna Intensional**
Makna yang dimaksud oleh pemakai lambang

TEORI GENERAL SEMANTICS

Korzybski melambangkan asumsi dasarnya :

"Bahasa seringkali tidak lengkap mewakili kenyataan; kata-kata hanya menangkap sebagian saja aspek kenyataan."



**Alfred
Korzybski**

"Time-Binding: The Foundation
for General Semantics"
March 28, 1949 | Cooper Union



FUNGSI PESAN NONVERBAL

- Faktor-faktor nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal
- Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan nonverbal ketimbang pesan verbal
- Pesan nonverbal menyampaikan makna dan maksud yang relatif bebas dari penipuan, distorsi, dan kerancuan.
- Pesan nonverbal mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi
- Merupakan cara komunikasi yang lebih efisien
- Merupakan saran sugesti yang paling tepat.



KLASIFIKASI PESAN NONVERBAL

- Kinesik atau gerak tubuh
- Paralinguistik atau suara
- Proksemik
- Olfaksi atau penciuman
- Sensitivitas kulit
- Faktor artifaktual





ORGANISASI PESAN

- *Attention* (perhatian)
- *Need* (kebutuhan)
- *Satisfaction* (pemuasan)
- *Visualization* (visualisasi)
- *Action* (tindakan)

(Alan H Monroe)



STRUKTUR PESAN

Untuk menyampaikan informasi dihadapan khalayak yang tidak sepaham dengan kita, kita harus menentukan bagian penting dari argumentasi yang harus didahulukan atau bagian yang kurang penting.



IMBAUAN PESAN

- Imbauan Rasional
- Imbauan Emosional
- Imbauan Takut
- Imbauan Ganjaran
- Imbauan Motivasional

