

# Psikologi Pesan

Dr. Deni darmawan, M.Si  
Riche Cynthia J, M.Si  
Dian Andayani, S.Pd

**Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan**  
**FIP UPI**





# Pesan Linguistik

- Pengertian
- Bagaimana kita dapat berbahasa
- Bahasa dan Proses Berpikir
- Kata-kata dan Makna
- Teori General Semantic



## Fungsi Pesan Nonverbal

- **Repetisi**  
( mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal )
- **Substitusi**  
( menggantikan lambang-lambang verbal )
- **Kontadiksi**  
( menolak pesan verbal atau memberikan makna lain terhadap pesan verbal )
- **Komplemen**  
( melengkapi dan memperkaya makna pesan non verbal )
- **Aksentuasi**  
( menegaskan pesan verbal).

# *Klasifikasi Pesan Nonverbal*

**Duncan** menyebutkan enam jenis pesan nonverbal :

- ◉ Kinestik atau Gerak Tubuh
- ◉ Proksemik atau pengguna ruangan personal dan social
- ◉ Paralinguistik atau suara
- ◉ Proksemik atau pengguna ruangan personal dan social
- ◉ Olfaksi atau Penciuman
- ◉ Faktor Artifaktual

# ◎ Organisasi, Struktur dan Imbauan Pesan

## Organisasi Pesan

- ◎ **Aristoteles**
  - > Pengantar
  - > Pernyataan
  - > Argumen
  - > Kesimpulan

# Retorika mengenal enam macam organisasi pesan :

- > Deduktif
- > Induktif
- > Kronologis
- > Logis
- > Spasial
- > Topikal

# Alan H. Monroe menyarankan lima langkah dalam penyusunan pesan :

- ◉ attention (perhatian)
- ◉ need (kebutuhan)
- ◉ satisfaction (pemuasan)
- ◉ action (tindakan)

**Koehler et al(1978:170-171), dengan mengutip Cohen, menyebutkan kesimpulan penelitian tersebut sebagai berikut :**

- > Bila pembicaraan menyajikan dua sisi persoalan (yang pro dan kontra), tidak ada keuntungan untuk berbicara yang pertama karena berbagai kondisi akan menentukan pembicaraan yang saling berpengaruh.
- > Bila pendengar secara terbuka memihak satu sisi argument, sisi yang lain tidak mungkin mengubah posisi mereka. Sikap nonkompromistis ini mungkin timbul untuk mempertahankan harga diri. Mengubah posisi akan membuat orang kelihatan tidak konsisten, mudah dipengaruhi bahkan tidak jujur.



- > Jika pembicara menyajikan dua sisi persoalan, kita biasanya lebih mudah dipengaruhi oleh sisi yang disajikan lebih dahulu. Jika ada kegiatan diantara penyaji/jika kita diperingatkan oleh pembicara tentang kemungkinan disesatkan orang, maka apa yang dikatakan terakhir lebih banyak memberikan efek. Jika pendengar tidak tertarik pada subjek pembicara kecuali setelah menerima informasi tentang hal itu, mereka akan sukar mengingat dan menerapkan informasi tersebut. Sebaliknya, jika mereka sudah tertarik pada suatu persoalan, mereka akan mengingatnya baik-baik dan menerapkannya.

- > Perubahan sikap lebih sering terjadi jika gagasan yang dikehendaki atau yang diterima disajikan sebelum gagasan yang kurang dikehendaki. Jika pada awal penyajian komunikator menyapaikan gagasan yang menyenangkan kita, kita akan cenderung memperhatikan dan menerima pesan-pesan berikutnya. Sebaliknya, jika ia memulai dengan hal-hal yang tidak menyenangkan kita, kita akan menjadi kritis dan cenderung menolak gagasan berikutnya betapapun baiknya.

- > Urutan pro-kon lebih efektif daripada urutan kon-pro bila digunakan oleh sumber yang memiliki otoritas dan dihormati oleh khalayak.
- > Argumen yang terakhir didengar akan lebih efektif bila ada jangka waktu yang cukup lama diantara dua pesan dan pengujian segera terjadi setelah pesan kedua.

# Imbauan Pesan

- ◉ Imbauan rasional
- ◉ Imbauan emosional
- ◉ Imbauan takut
- ◉ Imbauan ganjaran
- ◉ Imbauan motivasional