

KIP dan Perubahan Sikap

Pertemuan ke 8-9

Pengaruh komunikasi interpersonal terhadap perubahan sikap terjadi dalam dua arah.

- **Arah pertama bersifat *incongruent***, yaitu perubahan sikap yang menuju ke arah yang bertentangan dengan sikap semula. Perubahan yang terjadi adalah perubahan dari sikap negatif ke arah sikap positif, dan sebaliknya.
- **Arah yang kedua bersifat *congruent***, yakni perubahan sikap yang sejalan atau tidak bertentangan dengan sikap semula. Perubahan seperti ini biasanya bersifat penegasan atau penguatan sikap, yang positif semakin positif dan yang negatif menjadi semakin negatif.

Komponen-komponen Sikap

- **Komponen kognitif**, berhubungan dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang, dari pengetahuan yang sedikit hingga mengetahui secara menyeluruh mengenai objek sikap itu.
- **Komponen afektif**, merupakan suatu keadaan yang bersifat emosional dalam hubungannya dengan objek/situasi tertentu. Komponen ini melibatkan peranan perasaan serta kesan yang diwarnai dengan adanya rasa senang atau tidak senang. Simpati atau antipati, cemas, takut dan sebagainya terhadap suatu objek yang dihadapi.
- **Komponen konatif**, menunjukkan kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya

KOMUNIKASI INTERPERSONAL SEBAGAI PENGALAMAN

- Prinsip dasar dari komunikasi interpersonal, ialah bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi pasti akan memperoleh pengalaman. Hal ini disebabkan esensi komunikasi interpersonal adalah proses transaksi simbol-simbol.
- Proses komunikasi interpersonal mengakibatkan terjadinya pengalaman baru, dan pengalaman baru itu membuktikan telah terjadinya perubahan.

PENDEKATAN UNTUK MENCAPAI PERUBAHAN

- **Informatif**, pada hakikatnya komunikator hanya menyampaikan informasi kepada komunikan. Target yang ingin dicapai sekurangnya terjadi perubahan pengetahuan. Jadi komunikan memperoleh pengetahuan baru setelah diterpa pesan komunikasi interpersonal.
- **Dialogis**, adalah terjadinya percakapan atau dialog, menuju proses berbagai informasi. Jadi dalam pendekatan ini ke dua belah pihak berada pada posisi sejajar. Pendekatan dialogis ini merupakan cara mempengaruhi dan mengubah pandangan maupun sikap orang lain dengan terbuka. Dikatakan terbuka, karena kedua belah pihak sama-sama bersedia menerima pandangan dari teman bicaranya.
- **Persuasif**, yaitu dilakukan dengan cara membujuk atau memberikan dorongan yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku seseorang yang dilandasi kerelaan dan senang hati sesuai dengan pesan-pesan yang diterima.
- **Instruktif**, dinamakan pula koersif. Pendekatan instruktif atau koersif menekankan pada memposisikan komunikator dalam posisi tawar yang tinggi, dimana dia dapat legitimasi untuk memerintahkan, mengajarkan, dan bahkan mengajukan satu macam ide kepada komunikan

Kerangka argumen dengan pendekatan AIDDA

FASE	TUJUAN
Attention	Menarik perhatian komunikan
Interest	Membangun minat komunikan dengan menjelaskan manfaat lebih lanjut dan sesuai dengan logika atau emosinya
Desire	Menunjukkan keinginan atau hasrat dengan menunjukkan bahwa ide Anda merupakan solusi yang baik bagi komunikan
Decision	Mempersilakan untuk mengambil keputusan terhadap solusi rasional untuk penyelesaian masalah
Action	Membangkitkan keinginan yang kuat untuk mengambil tindakan

KOMUNIKATOR DAN PERUBAHAN

- **Kredibilitas Komunikator**, efektivitas komunikasi interpersonal yang dilaksanakan komunikator sangat tergantung pada bagaimana komunikator dapat diterima oleh komunikan. Kredibilitas adalah kewibawaan. Secara teoritis, semakin berwibawa seorang komunikator di mata komunikan, maka akan semakin mudah mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku komunikan. Ada tiga indikator yang menentukan kredibilitas komunikator, yakni : keahlian, keterpercayaan, dan empati.
- **Daya tarik komunikator**. Daya tarik seorang komunikator di mata komunikan merupakan modal penting untuk ketercapaian tujuan komunikasi. Hal ini disebabkan dengan daya tarik yang memadai, komunikator lebih mudah mendekati diri kepada komunikan, dan pada gilirannya dapat lebih mudah meyakinkan komunikan. Daya tarik komunikator meliputi daya tarik fisik, kesamaan, dan keakraban.

Alternatif pengorganisasian pesan

- **Eksplisit dan implisit.** Organisasi pesan dapat dibedakan menjadi dua, eksplisit dan implisit. Organisasi pesan secara eksplisit berarti komunikator mengemukakan pesan dan kesimpulan secara jelas atau secara tersurat. Maksud pesan adalah sama seperti bunyi pesan itu sendiri. Sedangkan imbauan implisit berarti tidak menunjukkan kesimpulan yang jelas. Makna pesan secara tersirat saja tergambarkan dalam uraian pesan.
- **Satu sisi atau dua sisi.** Pesan satu sisi ialah cara pengorganisasian dimana hanya pesan-pesan yang mendukung tujuan komunikasi saja yang disampaikan kepada komunikan. Sedangkan pesan dua sisi, disamping argumen yang mendukung, disampaikan pula argumen yang berlawanan dan komunikan dipersilakan untuk menganalisis dan menyimpulkan sendiri makna pesan tersebut.