

## PSIKOLOGI PERTEMUAN 7

### TUGAS DISKUSI KELOMPOK 5

#### 1. Topik: Sikap dan Perubahan Sikap (Komunikasi Persuasi)

Ketika kita sebagai insan statistik ingin mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam mensukseskan sensus penduduk, apa saja yang dapat kita lakukan/perlu diperhatikan agar masyarakat mengikuti ajakan kita tersebut?

**Jawaban:**

Sebelumnya dalam materi pertemuan 5 “Komunikasi Persuasi” terdapat elemen-elemen komunikasi persuasi, yaitu:

- Komunikator
- Pesan (*message*)
- Pendengar (*audiences*)

Selain itu, terdapat *framework* S-M-C-R-*Effect* yang dapat dijabarkan menjadi:

- ***Source* (orang, kelompok, organisasi)**

Dalam hal sensus penduduk, *source* atau sumber yang bisa dijadikan sebagai komunikator yaitu:

- Orang : *Influencer*, artis, tokoh masyarakat
- Kelompok : Kelompok lingkungan masyarakat (PKK, Dasawisma, dsb), komunitas (komunitas statistik, Forum Statistik Indonesia)
- Organisasi : Lembaga pemerintah (BPS, Presiden, dsb)

Komunikator juga harus bisa menyesuaikan cara penyampaian dengan karakteristik masyarakat di lingkungan sekitarnya. Misalnya, di lingkungan perdesaan persuasi akan lebih maksimal jika dilakukan oleh tokoh masyarakat atau kelompok masyarakat. Sebaliknya, di lingkungan perkotaan persuasi akan lebih maksimal jika dilakukan melalui media sosial oleh *influencer*.

- ***Message*** (pesan yang diucapkan atau dituliskan)

Pesan yang disampaikan untuk melakukan persuasi dapat dilakukan dengan dua cara:

- Diucapkan : Iklan dalam bentuk video atau audio yang disebarkan di media sosial, *press-conference* BPS, pidato presiden.
- Dituliskan : Iklan dalam bentuk gambar atau tulisan yang disebarkan di media sosial.

- ***Channel*** (media masa, radio, TV, berita cetak)

*Channel* yang bisa digunakan untuk melakukan persuasi antara lain: media masa, radio, TV, dan berita cetak. Namun karena perkembangan zaman, masyarakat lebih dominan menggunakan media sosial dibanding dengan media masa lainnya sehingga diharapkan BPS merilis iklan atau konten yang sesuai dengan *trend* untuk mempromosikan Sensus Penduduk.

- ***Receiver*** (orang, kelompok, organisasi)

*Receiver* atau penerima pesan dalam persuasi ini adalah seluruh masyarakat Indonesia, baik secara individual, kelompok, ataupun organisasi.

- ***Effects***

*Effect* yang dihasilkan dari persuasi yaitu *feedback* dari masyarakat berupa pengisian Sensus Penduduk oleh masyarakat tersebut. Masyarakat juga jadi lebih mengetahui tentang Sensus Penduduk, BPS, serta pentingnya data. Selain itu, *effect* yang dihasilkan juga bisa dalam bentuk penyambutan baik petugas pencacah oleh masyarakat.

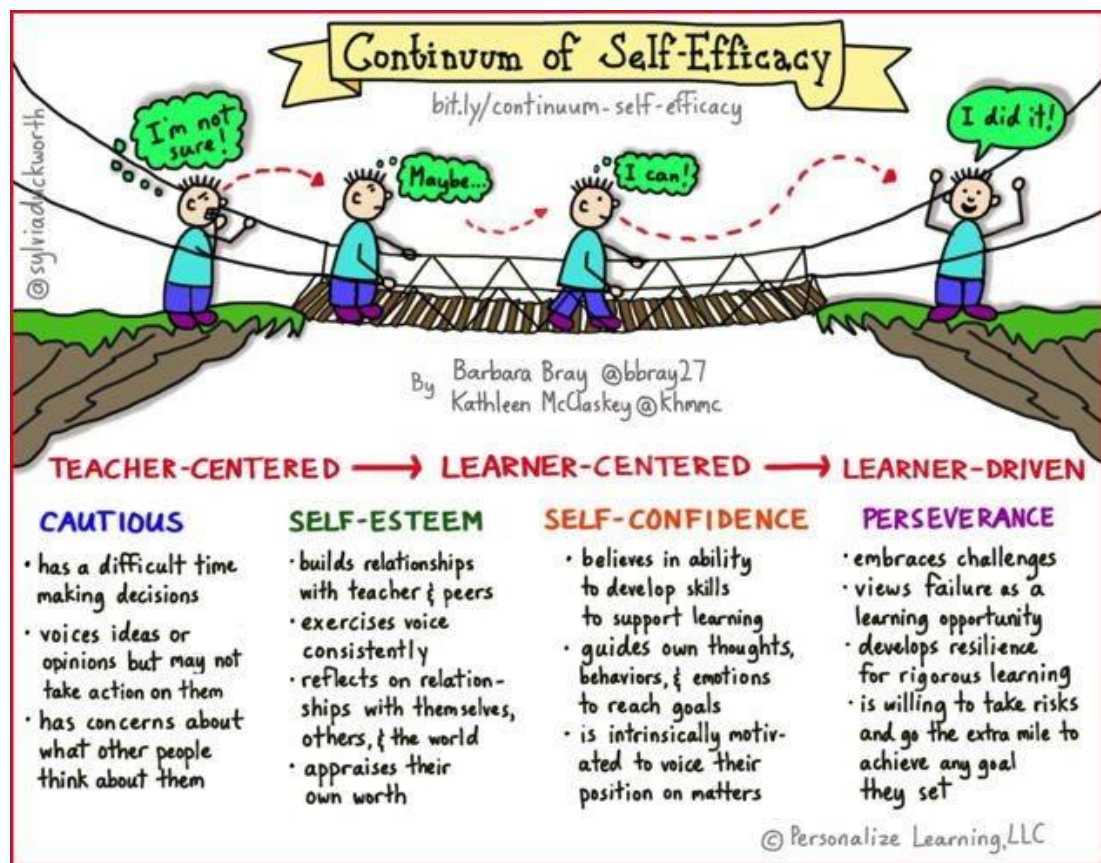
## 2. Topik: Identitas sosial (self).

Apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan *self efficacy* (efikasi diri/kepercayaan diri) kita? Sertakan contoh riil.

**Jawaban:**

*Self efficacy* yaitu kepercayaan individu terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan sesuatu, kemampuan mencapai tujuan, atau mengatasi sebuah hambatan.

Dari sumber yang kami dapat, terdapat tiga fase dalam meningkatkan *self efficacy* seperti pada gambar di bawah ini:



Dari gambar di atas, dapat dijelaskan ketiga fase yang ada:

- ***Teacher-centered***

Pada fase ini, seseorang berada pada kondisi *self efficacy* yang terendah sehingga membutuhkan orang lain untuk mendukungnya.

Pada fase ini, seseorang akan mengalami:

- Sulit untuk menentukan pilihan.

- Memiliki ide atau opini tetapi tidak berani untuk merealisasikannya.
- Memikirkan apa pendapat orang lain tentang dirinya.

- ***Learner-centered***

Pada fase ini, seseorang berada pada kondisi peningkatan *self efficacy* yang lebih baik. Pada fase ini, seseorang akan mengalami:

- Peningkatan *Self Esteem*  
Peningkatan *self esteem* ditandai dengan terbangunnya relasi diri sendiri dengan lingkungan serta mulai bisa mengapresiasi diri sendiri.
- Peningkatan *Self Confidence*  
Peningkatan *self confidence* ditandai dengan meningkatnya kemampuan untuk berani mengekspresikan diri seperti keinginan, emosi, dan tujuan yang ingin dicapai.

- ***Learner-driven***

Pada fase ini, seseorang berada pada kondisi *self efficacy* yang sudah baik yang ditandai dengan:

- Berani menantang diri sendiri.
- Melihat kegagalan sebagai peluang.
- Berani untuk mengambil risiko untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi.

Contoh kasus *self efficacy* yang terjadi yaitu saat mahasiswa Polstat STIS berada di tingkat I, mayoritas mahasiswa diterima di suatu Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM). Namun, ada beberapa mahasiswa yang gagal saat seleksi penerimaan UKM sehingga mahasiswa tersebut merasa gagal dan tidak memiliki kemampuan. Pada tahap ini mahasiswa tersebut masuk pada fase *teacher-centered*.

Saat seorang mahasiswa berada pada fase tersebut, biasanya teman-temannya merangkul dan mendukungnya. Dengan dukungan dari teman-temannya, mahasiswa tersebut akan mulai mengalami peningkatan *self efficacy* (fase *learner-centered*).

Setelah berhasil meningkatkan *self efficacy*, mahasiswa tersebut akan berani untuk mendaftar UKM lagi di tahun berikutnya ataupun mendaftar di kepanitiaan atau organisasi yang ada di Polstat STIS. Pada tahap ini, mahasiswa tersebut masuk ke dalam fase *learner-driven*.