

PSIKOLOGI SOSIAL

Psikologi adalah ilmu yang ilmiah yang mempelajari aktivitas/perilaku individu dalam hubungan dengan lingkungannya.

Sesuai dengan definisi di atas, maka psikologi itu memiliki 3 faktor penting :

- Ilmiah
- Individu
- Lingkungan

Macam-macam tingkah laku manusia :

- Yang tampak (tensible). eg. Berjalan, berbicara, dsb.
Tingkah laku ini merupakan manifestasi dari tingkah laku yang tidak tampak.
- Yang tidak tampak (untensible). eg. Pikiran, rasa, emosi, dsb.
- Yang disadari
- Yang tidak disadari.

Menurut **Freud**, daerah kesadaran itu cuma \pm 5-6%, sisanya merupakan daerah bawah sadar. Atau dengan kata lain, kesadaran itu bagaikan gunung es di tengah laut yang hanya bias dilihat puncaknya saja. Sisanya tertanam dan tersembunyi di laut.

Apabila manusia dapat memperpanjang konsentrasinya, maka ia memiliki potensi untuk mengembangkan potensinya. **Meditasi** adalah kesadaran penuh. **Meditasi** merupakan **dekosentrasi**, yaitu pelepasan dari konsentrasi namun merupakan kesadaran penuh. Ini sulit dicapai.

Psikologi merupakan ilmu yang mengkaji tentang perilaku manusia dalam berbagai bidang kehidupan (ipoleksosbudhankam).

Psikologi sosial adalah ilmu yang mempelajari perilaku individu sosial dalam hubungan dengan situasi perangsang sosial.

Kita dapat merubah perilaku orang lain. eg. Perilaku orang yang sedang sendirian akan berbeda apabila kita hadir dan menemaninya.

Kehadiran orang lain dapat dipersepsikan sebagai **ancaman (punishment)** maupun sebagai sesuatu yang **menyenangkan (reward)**.

Orang melakukan sesuatu karena ada motivasi, ada makna dan dipengaruhi lingkungannya. Manusia selalu menanggapi apa saja yang ada disekitarnya, dimaknai dulu baru kemudian dilakukan. Makna datang dari hasil interaksi. Manusia melakukan sesuatu adalah karena yang dilakukan itu **nikmat (reward)**, walaupun reward untuk tiap-tiap orang berbeda. Dia tidak akan lagi melakukan hal tersebut apabila yang dilakukannya itu sudah tidak reward lagi.

Manusia menjadi manusia karena ada dalam lingkungan manusia dan karena ia dimanusiakan oleh manusia lain.

The Lawfulness of behavior

1. Behavior = f (S) → fungsi dari s (peperangan/stimulus).

f (S) adalah **causa**, behavior adalah **effect**. Jadi, hukum ini disebut hukum **causa-effect**.

Apabila stimulus tidak jelas, maka stimulus itu adalah situasi. Tidak mungkin ada perilaku apabila tidak ada rangsangannya.

eg. Pasar dan Mall berbeda dalam segi kebersihannya. Salah satu penyebabnya adalah karena situasi Mall yang sudah bersih. Situasi ini dimaknai oleh orang yang berkunjung ke Mall, sehingga mereka tidak akan membuang sampah sembarangan di Mall.

Causa disebut sebagai environment. Dengan demikian, maka perilaku ada sebagai tanggapan terhadap lingkungan. Semakin kuat rangsangan, semakin kuat timbul perilaku. Pandangan ini disebut pendekatan **behavioristik**. Cirinya adalah manusia itu pasif dan lingkungannya yang aktif. eg. Rambu-rambu lalu lintas, dsb. Lingkungannya yang aktif merangsang manusia berperilaku.

Dari arah motivasinya, perilaku seperti ini disebut **ekstrinsik** karena rangsangannya berasal dari luar. eg. Saya mau belajar jika diberi hadiah. Atau dengan kata lain, alasan-alasan untuk melakukan sesuatu yang menggambarkan motivasi itu datang dari luar.

2. **Behavior = f (O) → fungsi dari s (organisme).**

f (O) adalah **causa**, behavior adalah **effect**.

Perilaku terjadi karena kemauan manusia itu sendiri. Disebut pendekatan mentalistik. Yang lebih ditekankan adalah kebutuhan orang. Jadi, manusianya aktif sedangkan lingkungan pasif. Individu yang berperilaku disebut **decision maker**. Motivasinya berasal dari dalam, disebut **intrinsik**.

3. Behavior = f (A) → A = accomplishment

Orang berperilaku karena ada sesuatu yang didapat dari perilaku tersebut.

f (A) adalah **causa**, behavior adalah **effect**.

Sesuatu yang didapat itu adalah pengalaman, baik itu pengalaman yang baik maupun pengalaman yang buruk.

Law of effect → pengalaman yang sukses cenderung diulang dan pengalaman yang gagal cenderung dihindari (Thorndike)
Cenderung = bisa ya, bisa tidak

Jadi, **Behavior = f (S X O X A) →** perilaku adalah akibat dari adanya **Stimulus** yang digerakkan oleh **Organisme** yang belajar dari **Accomplishment**.

Namun terkadang, perilaku itu terjadi sebagai akibat dari **S** dan **O** saja, **S** dan **A** saja maupun **O** dan **A** saja. Tidak harus ketiga-tiganya sekaligus, melainkan tergantung pada faktor mana yang dominant.

Social Trapped/Perangkap Sosial adalah suatu perangkap yang dibuat untuk maksud tertentu.

eg. Untuk mencapai kesuksesan, maka perangkap yang dibuat adalah disiplin diri (disiplin waktu, dsb), komitmen, dll.

PENGANTAR PSIKOLOGI SOSIAL

Psikologi sosial adalah usaha sistematis untuk mempelajari perilaku sosial.

Hal yang berkaitan dengan :

- o Bagaimana kita mengamati orang lain dan situasi sosial
- o Bagaimana kita bereaksi terhadap orang lain
- o Bagaimana orang lain bereaksi terhadap kita
- o Bagaimana kita dipengaruhi oleh situasi sosial.

5 model penggambaran bidang telaah dalam psikologi sosial :

1. First Impression & Lasting Relationship

- Apa kesan anda ketika melihat tiba-tiba seorang wanita muda mengendarai mobil memotong jalan di depan anda?
- Anda ketemu dengan teman anda yang sudah lama anda kenal tetapi terputus hubungan. Pertemuan terjadi di suatu pesta. Anda merasakan teman anda ini sudah banyak perubahan.

Kesimpulan : anda akan membentuk kesan-kesan tertentu terhadap 2 macam kasus tersebut.

2. Konformitas & Perubahan Sosial

- Apa yang dapat anda simpulkan tentang pakaian yang dipakai mahasiswa zaman dulu dan sekarang?

3. Masalah Perilaku Agresi/beringas

- Bagaimana kekerasan dapat terjadi? Banyaknya perkelahian, penodongan, perkosaan, mabuk-mabukkan, pembunuhan.

Apa peranan media massa untuk timbulnya tindak kekerasan? Sebagian besar acara TV menggambarkan tindak kekerasan fisik. Penelitian **Comstock** (1982) terhadap TV mengatakan bahwa $\frac{3}{4}$ pertunjukkan acaranya menampilkan kekerasan.

4. Masalah Helping Behavior/Irasional

- Peristiwa terjadi di AS pada 6 Maret 1993 jam 21.00. seorang wanita diperkosa tetapi tidak satupun orang mau menolong. Kejadian berlangsung di sebuah Bar di New Bedford. Mengapa orang menolak untuk menolong orang lain?
- Peristiwa yang lain; seorang wanita bernama Kitty Genovese pada tahun 1964, ketika pulang, ditikam di depan gedung apartemennya di New York. Tidak ada yang menolong. Jadi, orang mau menolong orang lain atukah tidak sangat tergantung pada resiko yang nanti akan diterima. Atau karena orang yang minta tolong itu tidak pantas untuk diberikan pertolongan.

Sifat **endolen** → ketergantungan yang teramat sangat pada orang lain.

eg. Para pengemis jalanan.

5. Masalah Obedience/Kepatuhan

- Mengapa orang menjadi patuh untuk membunuh orang lain?
Kasus Eichmen dari rezim Nazi yang membunuh orang Yahudi. Ketika dia diadili, dia melakukan pembelaan diri dengan mengatakan bahwa secara pribadi dia tidak bertanggung jawab atas kematian orang-orang Yahudi, karena ia hanya mematuhi perintah atasannya.
 - o Apakah perilaku Eichmen karena adanya karakteristik Patologis bangsa Jerman?
 - o Apakah perilaku Eichmen disebabkan kondisi wajar?
 - o Dalam kondisi yang bagaimana orang menjadi patuh terhadap otoritas?

PERSEPSI SOSIAL

Dalam mencoba menginterpretasi perilaku orang lain, sering digunakan dimensi-dimensi tertentu. Menurut **Wrightsman** (1981) mengemukakan ada 6 dimensi pokok, yaitu :

1. Dapat dipercaya ---- Tidak dapat dipercaya
2. Rasional ---- Irrasional
3. Altruis (baik hati) ---- Orientasi diri (selfishness)
4. Independen ---- Konform dengan kelompok
5. Variatif ---- Kesamaan
6. Kompleksitas ---- Kesederhanaan

Melalui perkembangan dan pengalaman, orang membangun konsep kepribadian implisit (**implicit personality theory**), yaitu asumsi-asumsi adanya sifat-sifat tertentu yang berkorelasi dengan sifat lain. Orang yang memiliki kecenderungan demikian disebut **psikolog naif**.

Pembentukan Kesan (Persepsi)

Untuk menjadi terkesan dengan sesuatu, banyak faktor yang mempengaruhi munculnya kesan tersebut :

- Isyarat non-verbal
eg. Wajah ceria/murung

Prototipe & Stereotipe

Pengetahuan tentang orang-orang tertentu dan kaitannya dengan atribut tertentu sering diistilahkan sebagai **prototipe**. Hasil prototipe memunculkan adanya **stereotipe**, yaitu pemberian atribut tertentu pada sekelompok orang tertentu. *eg.* Orang Indonesia ramah, orang Amerika individualis.

Dalam pembentukan kesan, stereotipe sulit diabaikan begitu saja. Stereotipe akan membatasi persepsi dan komunikasi, stereotipe juga bisa dimanfaatkan untuk membina hubungan lebih lanjut. Pada konsep kepribadian implisit, stereotipe juga akan memunculkan **illusory correlation**, yaitu mengaitkan secara berlebihan antara satu karakteristik dengan karakteristik lain secara umum.

Kategori Sosial

Dalam pembentukan kesan terhadap orang lain, ada kecenderungan untuk secepatnya mengkategorikan orang tersebut ke dalam suatu ciri tertentu. Penilaian yang cepat ini (**snap judgements**) memiliki arti penting dalam proses pembentukan kesan selanjutnya. Contoh yang sering ditemui adalah munculnya **halo efek**. Yang disebut gejala **Self-fulfilling Prophecy** adalah pembuatan kategorisasi tertentu dengan diwarnai harapan berdasarkan asumsi penilai.

Halo efek (+) → kesan awal (+), selanjutnya (+)

Halo efek (-) → kesan awal (-), selanjutnya belum tentu (+), walaupun di pertengahan ada recovery

Teori-teori Atribusi

Ada 3 teori, yaitu :

1. Theory of Correspondent Inference dari Edward Jones & Keith Davis

Apabila perilaku berhubungan dengan sikap atau karakteristik personal, berarti dengan melihat perilakunya dapat diketahui dengan pasti sikap atau karakteristik orang tersebut.

Hubungan yang demikian adalah hubungan yang dapat disimpulkan (**correspondent inference**).

Bagaimana mengetahui bahwa perilaku berhubungan dengan karakteristik?

- a. Dengan melihat kewajaran perilaku. Orang yang bertindak wajar sesuai dengan keinginan masyarakat, sulit untuk dikatakan bahwa tindakannya itu cerminan dari karakternya.
- b. Pengamatan terhadap perilaku yang terjadi pada situasi yang memunculkan beberapa pilihan.
- c. Memberikan peran yang berbeda dengan peran yang sudah biasa dilakukan.
eg. Seorang juru tulis diminta menjadi juru bayar. Dengan peran yang baru akan tampak keaslian perilaku yang merupakan gambaran dari karakternya.

2. Model of Scientific Reasoner dari Harold Kelley (1967,1971)

Harold Kelley mengajukan konsep-konsep untuk memahami penyebab perilaku seseorang dengan memandang pengamat seperti ilmuwan, disebut **ilmuwan naif**. Untuk sampai pada suatu kesimpulan atribusi seseorang, diperlukan 3 informasi penting. Masing-masing informasi juga harus menggambarkan tinggi rendahnya.

o **Distinctiveness**

Konsep ini merujuk pada bagaimana seseorang berperilaku dalam kondisi yang berbeda-beda. Distinctiveness yang tinggi terjadi apabila orang yang bersangkutan mereaksi secara khusus pada suatu peristiwa. Sedangkan distinctiveness rendah apabila seseorang merespon sama terhadap stimulus yang berbeda.

o **Konsistensi**

Hal ini menunjuk pada pentingnya waktu sehubungan dengan suatu peristiwa. Konsistensinya dikatakan tinggi apabila seseorang merespon sama untuk stimulus yang sama pada waktu yang berbeda. Apabila meresponsnya tidak menentu, maka seseorang dikatakan konsistensinya rendah.

o **Konsensus**

Apabila orang lain tidak bereaksi sama dengan seseorang, berarti konsensusnya rendah dan sebaliknya. Selain itu konsep tentang konsensus selalu melibatkan orang lain sehubungan dengan stimulus yang sama.

Dari ketiga informasi tersebut di atas, dapat ditentukan atribusi pada seseorang. Menurut Kelley, ada 3 atribusi, yaitu :

▪ **Atribusi Internal**

Dikatakan perilaku seseorang merupakan gambaran dari karakternya, bila distinctiveness-nya rendah, konsensus-nya rendah dan konsistensi-nya tinggi.

▪ **Atribusi Eksternal**

Dikatakan demikian apabila ditandai dengan distinctiveness yang tinggi, konsensus tinggi dan konsistensi-nya juga tinggi.

▪ **Atribusi Internal – Eksternal**

Hal ini ditandai dengan distinctiveness yang tinggi, konsensus rendah dan konsistensi yang tinggi.

3. Atribusi Keberhasilan dan Kegagalan dari Weiner

Ada 2 dimensi pokok :

- Keberhasilan dan kegagalan memiliki penyebab internal atau eksternal.
- Stabilitas penyebab → stabil atau tidak stabil.

Dari 2 dimensi tersebut dapat dilihat ada 4 kemungkinan, sbb :

LOC/ Kestabilan	Tidak Stabil (temporer)	Stabil (permanen)
Internal	<ul style="list-style-type: none">▪ Usaha▪ Mood▪ Kelelahan	<ul style="list-style-type: none">▪ Bakat▪ Kecerdasan▪ Karakteristik fisik
Eksternal	<ul style="list-style-type: none">▪ Nasib▪ Ketidaksengajaan▪ Kesempatan	<ul style="list-style-type: none">▪ Taraf kesulitan tugas

LOC = Locus Of Control

Pada tahun 1982, Weiner memperluas model atribusinya dengan menambahkan satu dimensi lagi di dalam dimensi penyebab internal-eksternal, yaitu dimensi dapat atau tidaknya penyebab itu terkontrol (**controllable**).

eg. Untuk atribusi internal-stabil terkontrol adalah sukses karena bakat yang luar biasa sehingga jarang mengalami kegagalan.

Bias Dalam Atribusi

Beberapa bias yang dikenal, dirangkum dari tulisan **Baron & Byrne (1984)**, **Worchel & Cooper (1983)**.

1. Bias Fundamental Attribution

Dalam memberi atribusi pada pelaku, pengamat sering terlalu banyak menekan faktor disposisi daripada faktor situasi, sehingga menyebabkan bias dalam kesimpulan. Bias fundamental pertama kali dikemukakan oleh **Lee Ross (1977)**.

2. Bias Self – serving

Ada kecenderungan umum pada setiap orang untuk menghindari celaan karena kesalahannya. Kesalahan selalu dicari dari luar dirinya.

3. Efek pelaku – pengamat

Bias ini terutama muncul pada hubungan antara pelaku dan pengamat yang sudah terjalin baik. Pertama kali teori ini dikemukakan **Jones & Nisbet (1972)**. Menurut pelaku akan menekankan bahwa perbuatannya tidak ditentukan oleh faktor situasional, sedang menurut pengamat perbuatan pelaku lebih banyak dipengaruhi oleh disposisi.

4. Menyalahkan Diri Sendiri

5. Hedonic Relevance

Kurang objektif dalam memberi penilaian, sangat tergantung menguntungkan dirinya atau tidak.

6. Bias Egosentris

Dirinya dipakai sebagai referensi.

RELASI SOSIAL

Ketertarikan Sosial

Ketertarikan sosial merupakan bagian penting dari persepsi sosial. Apakah kita menyukai orang lain atau tidak, itu merupakan keputusan yang diambil/dibuat orang setiap hari. Apabila seseorang menyukai orang lain (simpati ataupun empati), maka tindakan selanjutnya adalah ia ingin dekat dengan orang itu (saling berbicara, jalan bersama, saling mengunjungi dsb). Terutama dalam kaitannya dengan konsep diri, sikap, sehingga menyebabkan seseorang dapat berpikir dan berbuat seperti apa yang dipikirkan dan diperbuat orang lain. Kenyataannya, interaksi sosial dapat memberikan kesenangan sekaligus penderitaan bagi seseorang, apabila terjadi konflik.

Ada beberapa variabel penyebab ketertarikan seseorang :

- **Physical Attractiveness**

Ada beberapa pendapat bahwa Physical Attractiveness ada korelasi/hubungan dengan kesukaannya pada orang lain. Penelitian yang dilakukan oleh **Dion** (1968) pada umumnya orang percaya bahwa yang dikatakan cantik itu berkorelasi dengan baik. Orang-orang itu juga cenderung mengakui bahwa cantik atau tampan. Ketika anak TK ditanya : Siapakah yang paling disukai di dalam kelas dan siapa yang berperilaku baik? Ternyata mereka akan menunjuk teman mereka yang paling menarik (secara physical attractiveness sangat menarik menurut orang dewasa). Eksperimen Dion terhadap beberapa wanita → mereka ditunjukkan 2 foto (foto anak nakal/jahat yang wajahnya menarik dan yang wajahnya tidak menarik walaupun anaknya baik). Ketika disuruh menilai, ternyata ada perbedaan besar. Bagi anak yang tampan, mereka cenderung memberikan maaf dibandingkan dengan anak-anak yang jelek/tidak menarik.

Orang dewasa di dalam menilai orang lain, terkadang cenderung mengikuti pola yang sama. Apabila dinilai orang itu menarik secara fisik, maka gambaran orang itu akan menuju hal-hal yang baik. Kita cenderung menilai orang menarik itu lebih berhasil dalam rumah tangga dan pekerjaan. Kenyataan menunjukkan bahwa apabila kita bersama orang yang tampan menarik, kita itu dapat sekaligus juga disukai.

Dalam beberapa penelitian (**Bickman**, 1971) menemukan bahwa pakaian kita berpengaruh pada bagaimana orang menanggapi kita → ada 2 kelompok wanita; satu kelompok berpakaian yang menunjukkan tingkat sosial tinggi. Kelompok lain tingkat sosial rendah. Masing-masing kelompok diminta menggunakan telepon umum yang ada banyak orang. Selesai menelpon, ada barang yang ditinggalkan (dalam hal ini secara sengaja adalah dompet). Ketika orang berikutnya keluar dan ditanyakan apakah ia melihat dompet yang tadi hilang? Hasilnya 78% subjek mengembalikan uang kepada orang yang tingkat sosialnya tinggi. Sisanya untuk yang rendah.

Ada penelitian oleh **Ellen & Walster** (1969); menyatakan bahwa kecantikan/ketampanan memiliki pengaruh besar pada kesan awal. Mengapa? Karena kekuatan dari kecantikan/ketampanan dapat hilang setelah kita mengenal orang itu.

- **Similarity (kesamaan)**

Kita lebih suka kesamaan daripada perbedaan dengan orang lain. Secara alami, sayap burung itu berkepak bersama-sama. Riset menunjukkan bahwa kita menyukai orang lain karena sikap dan nilai yang dimiliki sama dengan kita.

Menurut penelitian, kita lebih menyukai orang yang mirip dengan kita dalam hal SES, kemenarikan fisik, kecerdasan, dan kemampuan. Namun yang lebih menarik adalah kita tertarik pada orang yang memiliki sikap yang sama dengan sikap kita (**Byrne**, 1986).

Penelitian lain (**Andrasik, 1973**) tentang orang kulit putih, ternyata mereka lebih suka bergaul dengan orang kulit hitam karena memiliki sikap yang sama dibandingkan dengan orang kulit putih dengan sikap yang berbeda.

Penelitian lain terhadap mahasiswa baru (**Newcomb, 1961**). Sebelum diasramakan, mereka diberi angket tentang nilai dan sikap mereka. Subjek dibagi dalam dua kelompok. Kelompok satu diberi teman sekamar yang nilai sikapnya sama dan kelompok dua sebaliknya. Hasilnya, ternyata kesamaan sikap teman sekamar atau yang bukan teman sekamar, cenderung menentukan daya tarik. Alasannya adalah bergaul dengan orang yang memiliki kesamaan sikap dan nilai, akan lebih menyenangkan (mengurangi konflik). Sedangkan perbedaan / ketidaksetujuan terhadap sikap dan nilai dapat mengecewakan dan melelahkan karena konflik terus-menerus. Secara terus-menerus kita tidak setuju dengan orang yang dekat dengan kita akan menyebabkan sakit hati.

- **Proximity (kedekatan)**

Orang berpendapat, menyukai itu menyebabkan menjumpai. Dengan demikian, ada hubungan sebab akibat antara menyukai dan sering menjumpai. eg. Kedekatan secara fisik/geografis dengan orang lain sehingga mudah untuk berinteraksi ternyata faktor penentu paling penting dalam kedekatan/keakraban. Logikanya adalah semakin dekat tempat tinggal, semakin sering ketemu; semakin sering ketemu, semakin disukai. Apakah mesti seperti itu? Tidak tentu. Maka itu, kedekatan itu penting jika telah menjadi interaksi sosial, karena daya tarik sosial ada sebagai akibat dari adanya interaksi sosial.

- **Competence (kemampuan)**

Pada umumnya orang yang mampu untuk melakukan suatu pekerjaan tertentu, memiliki keunggulan. Pada umumnya orang lebih menyukai orang yang berkemampuan dalam bidangnya daripada yang tidak. Namun ada batas-batasnya dalam hukum ini.

Pernah dilakukan penelitian (**Aronson, 1966**) menyimpulkan bahwa orang lebih menyukai orang yang berkemampuan selama mereka itu tidak terlalu sempurna. Mengapa? Karena orang yang sempurna itu tidak manusiawi lagi.

Penelitiannya → Subjek diperlihatkan empat rekaman tentang empat orang yang sedang menjadi peserta ujicoba acara kuis. Di dalam rekaman itu masing-masing orang harus menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sangat sulit. Salah seorang di antaranya memang mendekati jenius. Di dalam rekaman lain, tampil orang yang kemampuannya sama dengan yang jenius tadi, namun pada akhir kegiatan ia mengakui bahwa ia pernah menumpahkan kopi membasahi pakaiannya. Rekaman ketiga adalah seorang yang menunjukkan kemampuannya yang rata-rata. Dan rekaman keempat kemampuannya pun rata-rata namun berbuat salah. Kemudian ditanyakan kepada responden mana yang lebih disukai? Ternyata rekaman kedua dan yang paling tidak disukai adalah rekaman keempat. Dengan kata lain, orang yang sangat supel mungkin lebih disukai karena kesalahannya, sedangkan orang yang rata-rata itu tidak.

- **Complementary (Saling melengkapi)**

Ada satu wilayah yang di dalamnya tidak berlaku hukum similaritas. Wilayah itu adalah kepribadian. Di dalam menanggapi kepribadian orang lain, kita sering mengesampingkan perhatian kita pada kemiripan, namun lebih mencari sesuatu yang sangat berkaitan dengan melengkapi. Dalam hal ini tidak perlu kedua kepribadian itu harus berlawanan, namun di dalam bidang-bidang penting tertentu, masing-masing orang dengan memenuhi kebutuhannya sendiri, secara otomatis memenuhi kebutuhan orang lain.

eg. Seorang suami yang penurut dengan istri yang dominan, seorang manajer yang suka bekerja dengan istri yang senang tinggal di rumah.

- **Rewardingness (keuntungan)**

Sebagaimana dinyatakan oleh **Social Action Theory**, kita menyukai orang yang memberikan hadiah kepada kita, baik hadiah materi maupun sosial. *eg.* Mengapa orang suka bergaul dengan orang yang cantik/tampan, mengapa orang dekat sekali dengan orang yang suka bersosialisasi ataupun dengan orang yang suka pendapatnya didukung. Semuanya itu adalah hadiah sosial. Hadiah penting yang lain adalah kesenangan karena kita disukai. Menurut **Aronson** (1970), pada umumnya kita tertarik pada orang yang menunjukkan bahwa mereka itu menyukai kita, bahkan hadiah itu tidak harus besar, melainkan hadiah kecil lebih membuat orang tertarik pada kita. Sebaliknya, kenalan yang berbicara di telepon terlalu lama dan membosankan ataupun teman baik kita yang meminjam buku dan tidak dikembalikan, cenderung lama-kelamaan akan ditinggalkan.

Semakin banyak kita memperoleh keuntungan yang didapat dari seseorang, semakin kita menyukai orang itu. Namun demikian, ada keterbatasan tentang hukum ini. *eg.* Apabila orang menyukai orang dua kali lipat kadarnya daripada anda menyukainya, atau kita menemukan orang yang banyak memberikan pujian yang anda pikir anda tidak pantas menerima itu, atau apabila kita banyak menerima hadiah namun kita sendiri tidak memiliki kesempatan untuk membalas, ini semua adalah kondisi yang tidak menyenangkan. Semua itu tercermin dalam suatu neraca dan orang berharap agar neraca itu harus selalu seimbang. Perlu dicatat bahwa hukum ini bisa juga bekerja sebaliknya. Artinya apabila kita berhenti memberikan hadiah pada orang lain, maka kemungkinan besar hubungan itu akan putus. Jadi, senyuman, perhatian, dsb, termasuk dalam bentuk-bentuk hadiah.

Prinsip Dasar Ketertarikan Sosial

Mengapa kita menyukai beberapa orang dan tidak menyukai orang lain ? Apa yang menentukan bahwa seseorang itu bisa menjadi teman kita. Ada beberapa teori :

1. **Teori Belajar**

Prinsipnya adalah penguatan (reinforcement). Kita menyukai orang lain karena adanya reward. Salah satu reward yang penting adalah persetujuan sosial. Penelitian Aronson menemukan bahwa orang cenderung menyukai orang lain yang menilainya secara positif. Secara signifikan, subjek itu lebih menyukai pasangannya apabila pasangannya itu menyukai hal-hal yang positif tentang subjek lebih daripada hal-hal yang sifatnya negatif.

2. **Teori Pertukaran Sosial**

Sesuai teori ini, kita menyukai seseorang apabila kita mempersepsi interaksi kita dengan orang itu bersifat menguntungkan. Keuntungan di sini artinya, reward yang didapatkan lebih besar daripada punishment-nya.

eg. Kita menyukai seseorang yang menarik, lucu, walaupun orang itu sering terlambat. Jadi, total kalkulasinya adalah lebih besar (+) daripada (-).

Teori ini menekankan bahwa kita membuat penilaian komparatif. Artinya, menilai keuntungan yang kita peroleh dari seseorang dibandingkan keuntungan yang kita berikan untuk orang lain.

3. **Asosiasi**

Menurut **Byrne & Floor**, terjadinya ketertarikan sosial adalah karena adanya asosiasi. *Eg.* Kita menjadi suka pada seseorang karena disesuaikan dengan pengalaman yang baik dan menyenangkan. Demikian pula kita tidak menyukai seseorang karena pengalaman buruk/jelek.

Penelitian oleh **May & Hamilton** (1980) membuat latar belakangnya musik, yaitu musik bagus dan jelek terhadap daya tarik interpersonal. Pertama-tama mereka menentukan

musik-musik mana yang paling disukai dan yang tidak disukai. Kemudian mereka meminta mahasiswi lain untuk menilai foto pria yang dikenal. Sementara mereka menilai, diperdengarkan musik yang tadi. Hasilnya, penilaian terhadap foto itu sangat dipengaruhi oleh background musik tersebut. Gagasan dari penelitian ini adalah rasa suka terhadap seseorang itu dapat dipengaruhi oleh reaksi emosional yang dikondisikan pada kejadian-kejadian yang diasosiasikan dengan orang itu. Atau stimulus-stimulus dari luar yang mempengaruhi mood.

PERILAKU SOSIAL

Mengapa kadang-kadang orang terdorong untuk menolong orang lain ? Mengapa saya justru enggan memberikan pertolongan, padahal pertolongan itu sangat diperlukan ?

Dalam perilaku menolong dibedakan antara **altruis** dengan **intensi prososial**.

Altruisme adalah tindakan sukarela yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang untuk menolong orang lain tanpa mengharapkan imbalan apapun kecuali semata-mata perasaan telah melakukan kebaikan.

Dari pengertian ini, suatu tindakan itu altruis atau tidak, sangat tergantung dari tujuan menolong. Orang yang menolong orang dari rumah yang terbakar atau kecelakaan dan pergi tanpa meninggalkan identitas apapun itu namanya **altruis**. Orang-orang altruis tidak pernah berpikir tentang nilai tukar sosial.

Sedangkan perilaku **prososial** mencakup pengertian yang lebih luas yang meliputi semua tindakan yang dilakukan/direncanakan untuk menolong orang lain tanpa mempedulikan motif-motif si penolong.

Beberapa jenis perilaku prososial tidak merupakan tindakan altruistik. Orang memberikan sumbangan amal namun ia memiliki motif lain. Perilaku prososial berkisar dari tindakan altruisme yang tidak mementingkan diri sendiri sampai tindakan menolong yang dimotivasi oleh kepentingan diri sendiri. Perilaku prososial merupakan bagian kehidupan sehari-hari. Kegiatan menolong mulai dilihat dari anak kecil (anak-anak usia 3-5 thn yang bermain di taman). Rata-rata setiap anak melakukan 15 kali perbuatan menolong dalam 1 jam, yang berkisar dari memberikan mainan pada anak lain, menghibur teman sedih ataupun membantu guru.

Penelitian dengan orang lain di stasiun Kereta Api. Seseorang berpura-pura cacat dan jatuh sewaktu berjalan di stasiun. Setiap kali jatuh selalu ditolong orang.

Jadi, menolong orang bisa terjadi/dilakukan pada orang yang tidak dikenal.

Tahap-tahap pemberian pertolongan

A. Situasi Sosial

Makin banyak orang yang melihat suatu kejadian yang memerlukan pertolongan, makin kecil munculnya dorongan untuk menolong. Dalam keadaan sendirian, seseorang yang melihat satu korban, ia akan merasa bahwa dirinya merasa bertanggungjawab penuh untuk menolong orang tersebut, dan sebaliknya. Kondisi-kondisi seperti ini tidak akan muncul bila kelompok yang mengamati memiliki **kohevisitas** yang tinggi. Dengan kata lain, orang-orang yang ada disekitar kejadian merupakan suatu kelompok yang satu dengan yang lainnya sudah saling mengenal.

B. Biaya Menolong

Dengan keputusan memberikan pertolongan berarti akan ada biaya (biaya) tertentu yang harus dikeluarkan untuk menolong itu. Pengeluaran untuk menolong itu bisa berupa materi (biaya, barang) namun lebih sering adalah pengeluaran psikologis (memberi perhatian, ikut sedih, dll).

C. Norma

Hampir di semua golongan masyarakat ada norma memberikan pertolongan kepada orang yang membutuhkan adalah suatu keharusan. Gejala ini disebut norma tanggung jawab sosial. Meskipun ada norma seperti itu, tidak berarti setiap orang suka membantu orang lain. Dalam hal ini ada **norma keuntungan timbal balik (norm of reciprocity)** dalam arti adanya harapan bahwa dengan member pertolongan, suatu saat akan diberi pertolongan.

Karakteristik Orang-orang Yang Terlibat

1. Kesamaan antara Penolong dengan Korban

Makin banyak kesamaan antara kedua belah pihak, makin besar peluang untuk munculnya pemberian pertolongan. Dengan adanya kesamaan tersebut, berarti jarak sosial pada keduanya akan semakin sedikit sehingga mendorong munculnya niat member pertolongan.

2. Kedekatan Hubungan

Orang pada umumnya akan lebih cepat member pertolongan pada teman, sahabat, atau saudara daripada kepada orang lain yang belum dikenal.

3. Daya Tarik Korban

Orang yang menarik lebih disukai oleh orang lain. Selanjutnya ada kecenderungan bahwa orang lebih senang memberi pertolongan pada orang yang disukai. Di samping hubungan yang tidak langsung tersebut, ada kecenderungan bahwa orang yang lebih suka memberi pertolongan pada orang yang memiliki daya tarik tinggi karena ada tujuan tertentu di balik pemberian pertolongan tersebut.

Mediator Internal

a. Mood (Suasana Hati)

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh mood terhadap perilaku menolong.

eg. Ada penelitian tentang pengaruh menyaksikan film yang menyedihkan dan film yang gembira terhadap perilaku menolong. Hasilnya menunjukkan bahwa orang yang habis menonton film sedih lebih sedikit memberi bantuan daripada orang yang habis menonton film yang gembira.

b. Emphati (Ikut Merasakan)

Ada hubungan antara besarnya rasa emphati dengan kecenderungan menolong. Hasil-hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara emphati dengan perilaku menolong tidak hanya didapatkan pada para remaja, namun juga pada orang dewasa.

c. Arousal (Keseriusan, Motivasi, Dorongan)

Ketika melihat suatu kejadian yang membutuhkan pertolongan, orang dihadapkan pada dilema menolong atau tidak menolong. Hal ini memerlukan pertimbangan. Pertimbangan ini meliputi situasi saat terjadinya peristiwa, karakteristik orang-orang yang ada di sekitarnya, karakteristik korban dan kedekatan korban dengan penolong. Secara bersama-sama, keempat pertimbangan itu mempengaruhi perilaku orang.

d. Latar Belakang Kepribadian

Perilaku menolong juga dipengaruhi oleh latar belakang kepribadian penolong. Individu yang memiliki orientasi sosial yang tinggi cenderung lebih mudah memberi pertolongan, demikian juga orang yang memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi.

Meningkatkan Perilaku Sosial

1. Menghilangkan Ketidakjelasan Identitas

Dari penelitian-penelitian yang pernah dilakukan, antara lain disimpulkan bahwa orang tidak cepat memberi pertolongan karena ada gejala keaburan tanggung jawab. Berkaitan dengan keaburan tanggung jawab ini ada juga keaburan identitas. Orang yang tidak memberi pertolongan ketika terjadi suatu kecelakaan tidak akan merasa bersalah apabila identitasnya tidak diketahui. Sebaliknya orang yang sudah dikenal baik oleh suatu lingkungan tertentu apabila melihat suatu

keadaan yang membutuhkan pertolongan, ia dengan segera akan melakukannya. Hal ini biasanya berkaitan dengan usaha untuk menjaga nama baik. Untuk meningkatkan ketidakjelasan identitas seperti tersebut di atas, bukanlah hal yang mudah sebab diperlukan pengenalan oleh banyak orang. Jalan yang bisa ditempuh antara lain adalah dengan meningkatkan kepaduan kelompok.

2. Pemberian Atribut

Seperti sudah disebutkan di atas, bahwa orang yang sudah dikenal lebih sulit menghindar dari tanggung jawab menolong, apalagi kalau orang tersebut memiliki atribut sebagai orang yang suka menolong. Atribut yang pada mulanya merupakan atribut eksternal, lama kelamaan akan menjadi atribut internal,. Atribut internal sangat efektif untuk memunculkan perilaku menolong.

3. Sosialisasi

Di samping pemberian atribut, melalui sosialisasi juga menumbuhkan sifat suka menolong pada seseorang. Sosialisasinya biasanya diawali dengan perintah. Di samping itu salah satu cara yang efektif adalah modelling. Efektivitas modelling nampak adanya kecenderungan pada saat ada yang memulai memberi pertolongan, maka akan diikuti oleh banyak orang untuk ikut menolong.

4. Kerjasama

Kerjasama atau kooperasi merupakan salah satu bentuk perilaku prososial dimana orang-orang yang terlibat sama-sama mendapat keuntungan dari perilaku tersebut. Hubungan yang demikian juga disebut sebagai hubungan mutualistis.

KONFORMITAS

Menurut **Baron & Byrne** (1984), konformitas adalah penyesuaian terhadap kelompok sosial karena ada tuntutan dari kelompok tersebut untuk menyesuaikan, meskipun tuntutan itu tidak terbuka.

Menurut **Kisler & Kiesler** (1969), konformitas adalah perubahan perilaku yang ada pada kelompok sebagai akibat dari tekanan kelompok, baik yang nyata maupun yang diwajibkan.

Contoh konformitas :

- Kewajiban memakai seragam
- Tingkah laku pemakai jalan ketika di traffic light

Ada 2 penelitian mengenai konformitas :

1. Penelitian dari **Sherif & SHERIF** (1937)

Penelitiannya dikenal dengan sebutan **autokinetic phenomenon** yaitu orang akan berpendapat secara bebas apabila sendirian. Kalau dia ada dalam kelompok, pendapatnya bisa berlainan karena dalam kelompok cenderung meselaraskan diri dengan pendapat kelompok.

2. Penelitian **Solomon & Ash**

Penelitian ini menggunakan rangsangan garis-garis yang sejajar dalam rangka mempelajari dinamika dari konformitas. Dalam penelitian ini pada prinsipnya subjek diminta menebak panjang sebuah garis. Subjek penelitian dibagi menjadi dua :

- Kelompok I → diminta berpendapat secara independen
- Kelompok II → pada kelompok ini anggota-anggotanya sudah disiapkan untuk memberikan jawaban tertentu, yaitu jawaban yang tidak benar.

Hasil penelitian → subjek yang independen 95% memberi jawaban tanpa kesalahan; subjek yang tidak independen ternyata 75% membuat minimal satu kesalahan.

Konformitas sebagai suatu cara untuk menyesuaikan bisa hanya terjadi di permukaannya saja, namun bisa juga diinternalisasi oleh orang yang bersangkutan.

- Tipe konformitas yang ditampakkan, namun di saat dirinya tidak dalam kelompok, ia lebih suka mengembangkan opininya, disebut **Expeditent Conformity** atau **Simple Compilence**.
- Tipe konformitas yang lain adalah Private Acceptance. Di sini orang memang setuju sepenuhnya, baik ketika di dalam kelompok maupun di luar kelompok.

Dinamika Konformitas

Menurut **Social Comparison Theory**, seseorang akan konform dengan kelompoknya karena ia menilai bahwa kelompok tersebut adalah benar dan dia merasa takut apabila ditolak.

Kemungkinan lain terjadinya konformitas adalah karena adanya konflik. Menurut penelitian dari **Ross, Bierbauer & Stoffman** (1976) apabila ada perbedaan pendapat antara seseorang dengan kelompoknya akan timbul perasaan tidak enak dalam diri orang tersebut. Dalam kondisi yang demikian, maka jelas yang paling aman adalah konformitas. Kecenderungan demikian ini dapat terjadi bila individu tersebut tidak bisa memberi jawaban yang rasional mengapa ada perbedaan pendapat seperti itu.

Morris Miller (1975) melakukan penelitian dengan membuat 3 kelompok, yaitu :

Kelompok 1 → Terdiri dari orang-orang yang semuanya setuju terhadap pendapat yang salah.

Kelompok 2 → Sebagian besar setuju dengan pendapat yang salah kecuali satu orang yang berpendapat lain namun mengatakan pendapat tersebut sesudah mayoritas berpendapat.

Kelompok 3 → mirip dengan kelompok 2 namun satu orang yang berpendapat berbeda menyampaikan pendapatnya sebelum mayoritas berpendapat.

Hasil → Ternyata konformitas terjadi paling tinggi pada kelompok 1 (sekitar 1.9 point). Pada kelompok 2 rata-rata skornya 1.1 point dan pada kelompok 3 sebesar 0.9 point.

Pengaruh Umur dan Jenis Kelamin Terhadap Konformitas

Konformitas tidak berkorelasi dengan faktor umur. Beberapa penelitian yang pernah dilakukan, ternyata justru wanita lebih konformis daripada pria. Kenyataan ini banyak disebabkan oleh faktor latar belakang budaya yang pada umumnya menuntut wanita untuk menjadi lebih konformis. **Mc David** (1971) dalam penelitiannya melaporkan bahwa wanita lebih konform terhadap persoalan pria, pria lebih konform terhadap persoalan wanita, sedangkan terhadap persoalan yang sifatnya netral keduanya ternyata seimbang konformitasnya.

Non-Konformis

Tidak semua orang bisa menjadi konformis terhadap kelompok, mereka biasanya disebut **non-konformis**. Ada dua tipe menurut **Worthel & Cooper** (1983), yaitu :

- **Anti Konformitas** → terjadi bila seseorang justru memiliki pendapat, sikap, atau perilaku yang berlawanan dengan kelompok.
- **Independen** → diartikan bahwa orang akan berbuat sesuai dengan isi pikirannya tanpa terpengaruh oleh kelompok. Walaupun itu berlawanan dengan apa yang dituntut kelompok, bukan merupakan reaksi terhadap tuntutan kelompok.

Untuk non-konformis ini disebabkan oleh 4 hal, yaitu :

1. Reactance

Reactance (penolakan) terjadi karena individu merasa kebebasan dirinya dirampas, baik melalui tekanan untuk konform. Dari pengalaman yang terjadi, pada umumnya tekanan akan menghilangkan kebebasan individu. Teori reactance pertama kali dikemukakan oleh **Brehan** (1966).

2. Mencari Perhatian

Pada umumnya orang yang meminta perhatian terhadap lingkungan terlalu berlebihan dan apabila lingkungan tidak memberikan hal tersebut akan berakibat orang tersebut menjadi non-konformis (patang semangat).

3. Ingin Menjadi Unik

Maslach (1982) menemukan bahwa orang yang menilai tinggi keunikan cenderung menolak konformitas. Di samping itu ada sejumlah orang yang memang senang apabila dirinya bisa menjadi beda dengan orang kebanyakan, eksklusif. Korelasi antara kemiskinan dengan keinginan menjadi menarik perhatian pada umumnya tinggi.

4. Deindividuation

Deindividuation bisa mendorong orang untuk tidak konform dengan kelompoknya karena orang tidak dikenal identitasnya. Mereka akan merasa lebih bebas melakukan segala sesuatu menurut kehendaknya. Dengan tanpa identitas diri yang jelas ia merasa lebih mudah untuk melepas tanggung jawab yang seharusnya ditanggung.

OBEDIENCE (KEPATUHAN)

Penelitian tentang obedience dilakukan oleh **Stanley Milgram** (1963) yang menggunakan suatu alat yang sebenarnya tidak sungguh-sungguh menimbulkan efek yang dikenakan pada subjek. Penelitian ini menggunakan 3 orang, yaitu **Subjek, Eksperimenter dan Learner** (orang yang berpasangan dengan Subjek).

→ Eksperimenter meminta Subjek untuk membacakan soal-soal yang akan dijawab oleh Learner. Bila salah, harus dihukum oleh Subjek dengan sengatan listrik. Setiap kali membuat kesalahan, hukuman dinaikkan 15 volt. Sebelum eksperimen berlangsung, alat ini dicobakan pada Subjek agar dapat merasakan bagaimana rasanya sengatan listrik. Ketika sengatan mencapai tegangan tinggi, biasanya Subjek meminta pertimbangan Eksperimenter untuk menghentikan, sedangkan Eksperimenter tetap meminta Subjek untuk terus melanjutkan sehingga hukuman itu berakhir pada saat mencapai 450 volt. Pemberian hukuman itu tidak sungguh-sungguh terjadi karena semuanya sudah direkayasa.

Yang ingin diteliti dalam eksperimen ini adalah seberapa jauh kepatuhan Subjek terhadap Eksperimenter. Hasil penelitian ini, hanya 12,5% Subjek yang berhenti sesudah memberikan hukuman pada batas 300 volt sehingga sampai pada akhir eksperimen, lebih dari 60% mematuhi perintah Eksperimenter.

Pada penelitian kemudian yang dimodifikasi, dengan memperdengarkan jeritan atau keluhan dari Learner, ternyata hasilnya 37,5% tidak lagi mematuhi perintah Eksperimenter.

Bila Subjek dan Eksperimenter berada dalam satu ruangan (dekat sekali), 60% tidak mematuhi perintah, 75% Subjek tidak mematuhi perintah bila dia harus memegang alat eksperimennya. Dalam keadaan demikian, hanya 5% Subjek yang mau memberikan hukuman di atas 150 volt. Sedangkan dalam keadaan berkelompok, 67,5% mau meneruskan percobaan.

Ada beberapa hal lain yang mempengaruhi obedience, yaitu jenis kelamin dan tingkat otoritas orang yang memberi perintah. Untuk hal-hal yang mengerikan, wanita biasanya lebih tidak patuh sehingga di dalam penelitiannya **Milgram** ditemukan wanita yang lebih banyak menolak perintah. Tingkat otoritas memang berpengaruh pada kepatuhan.

eg. Orang lebih patuh diperintah atasannya daripada diperintah temannya sendiri.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepatuhan

Ada orang-orang yang mematuhi perintah karena ia memang tahu bahwa hal itu perlu/benar, namun ada juga orang yang melakukan perintah itu karena paksaan. Yang terakhir inilah yang menjadi masalah.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan orang menjadi patuh (terpaksa) :

- Status yang tinggi dari figur yang memiliki otoritas.
- Adanya suatu keyakinan bahwa yang bertanggungjawab terhadap perilaku kepatuhan adalah sumber otoritas.
- Terbatasnya peluang untuk tidak patuh.
- Meningkatnya situasi yang menuntut kepatuhan.

Compliance

Merupakan suatu perilaku yang sebagai persetujuan atas permintaan orang lain. Memang di dalam mengabaikan permintaan orang lain bisa disebabkan karena adanya kekuatan sosial, adakalanya seseorang itu mengabaikan permintaan tanpa alasan tertentu. Artinya, dia hanya

ingin memberi dan kalau ada permintaan. Keadaan seperti ini disebut **Mindlessness** (kerelaan tanpa pamrih).

Menurut **Equity Theory** (Teori Tentang Keadilan), hubungan interpersonal cenderung terbentuk oleh adanya perasaan bahwa mereka itu diperlakukan secara fair (adil). Eg. Apabila kita tertarik pada seseorang, kita akan berbuat sesuatu yang disukainya.

Orang akan mengabdikan permintaan apabila sedang senang hatinya. Perasaan senang berkaitan dengan moodnya pada saat itu. Pendapat ini terbukti dalam penelitian oleh **Regan** (1971) yang menemukan apabila orang itu dalam masalah, cenderung menolak permintaan, sebaliknya apabila dia dalam situasi rileks/menyenangkan, cenderung mengabdikan permintaan.

Macam-macam Teknik :

1. **Foot-in-the-door**; Teknik ini diajukan apabila kita bermaksud mendapatkan sesuatu yang besar dengan terlebih dahulu meminta sesuatu yang kecil.

Pada teknik ini, orang mengabdikan suatu permintaan apabila dia pernah memberikan sesuatu terhadap orang yang sama sebelumnya.

2. **The-door-in-the-face**; Kebalikan dari yang pertama. Permintaannya besar dulu, karena tidak dapat dipenuhi baru yang kecil hingga bisa dikabdikan.

Teknik ini bisa berhasil dengan syarat :

- Tenggang waktu permintaan satu dengan yang berikutnya tidak jauh (harus saat itu juga)
- Permintaan pertama jauh lebih banyak daripada kedua dan seterusnya
- Kedua permintaan itu harus dilakukan oleh satu orang.

3. **Low-Ball**; Menurut teknik ini, agar bisa memperoleh sesuatu yang lebih tinggi, orang bisa mendapatkannya setelah ada permintaan yang terkabul. Namun permintaan berikutnya itu adalah permintaan ralat.

Teknik ini pernah diteliti dengan cara memberikan harga yang lebih rendah untuk sebuah mobil yang dipasarkan. Setelah pembeli menyepakati harga yang ditawarkan, salesman-nya beberapa saat kemudian mengatakan kepada pembeli bahwa harga yang disepakati itu keliru dan harus diubah. Ternyata, beberapa orang masih mau membeli dengan harga yang sudah dinaikkan tersebut. Dengan kata lain, teknik ini berhasil dilakukan. Syaratnya adalah harus ada persetujuan atau kesepakatan dulu (tentang harga yang ditawarkan pertama kali).

4. **Even-a-penny-will-help-technique**; teknik ini seringkali dipakai oleh para pencari derma. Hasilnya sungguh-sungguh luar biasa. Mengapa ???.....Karena si pemberi derma, secara psikologis memiliki kebebasan dari ketentuan dan terdorong untuk memberikan dalam jumlah yang lebih besar dengan harapan bisa membantu pihak yang dibantu.

5. **Teknik Menanamkan Rasa Bersalah (Guilty Feeling)**; Dengan menanamkan rasa bersalah menyebabkan orang ingin memberikan lebih banyak daripada orang yang tidak merasa bersalah. Dengan memberikan derma, diasumsikan sebagai cara untuk menghilangkan atau mengurangi dosa yang telah diperbuat meskipun pemberian itu tidak selalu berhubungan dengan perbuatan salahnya.

6. **Teknik Sentuhan**; Pernah diteliti oleh **Smith** (1992). Kepada calon pembeli ditawarkan suatu produk makanan dengan jalan memberi kesempatan kepada calon pembeli untuk mencicipi makanan itu. Selama memberi sampel makanan, sebagian orang disentuh tangannya dan diminta untuk membeli sedangkan sebagian lagi tidak disentuh tangannya namun diminta untuk membeli. Hasilnya menunjukkan bahwa kelompok yang disentuh tangannya lebih banyak membeli daripada yang tidak disentuh tangannya.

7. **Pemberian Atribusi** ; di dalam Teknik Persuasi dengan jalan memberikan atribut positif (sanjungan) kepada seseorang, ternyata juga menunjukkan hasil yang lebih baik agar orang tersebut lebih mudah mengabulkan permintaan daripada tanpa memberi atribusi apapun. Teknik ini akan sangat efektif apabila orang tersebut membutuhkan atribusi positif, namun bagi mereka yang punya kepercayaan diri yang tinggi maka teknik ini tidak kena sasaran atau tidak tepat.