



Interpersonal Communication Theory

relational development & maintenance (M-5)

Uncertainty Reduction Theory
Communication Privacy Management Theory

TUGAS M-5 (24-28 Februari 2020)

▶ PRIBADI

- Buatlah abstrak penelitian untuk teori
 - **Social Judgement Theory**
 - **Elaboration Likelihood Model (ELM)**
 - Kumpulkan soft copy paling lambat H-1 sebelum waktu perkuliahan
 - Hard copy dikumpulkan pada hari H perkuliahan
- 

TUGAS M-5 (24-28 Februari 2020)

▶ KELOMPOK

- Buatlah makalah dan presentasi untuk teori
- **Social Judgement Theory**
- **Elaboration Likelihood Model (ELM)**
- Kumpulkan soft copy paling lambat H-1 sebelum waktu perkuliahan
- Hard copy dikumpulkan pada hari H perkuliahan



Uncertainty Reduction Theory

Charles Berger

(Objective Theory–Socio Psychological tradition)

Charles S. Berger

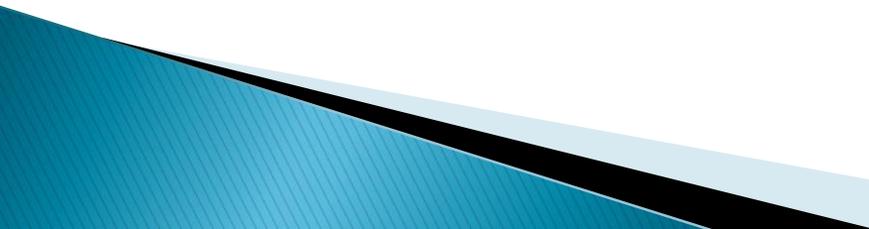


- ▶ Profesor komunikasi emeritus Universitas of California
- ▶ Awal suatu hubungan pribadi penuh dengan ketidakpastian dengan orang asing
 - Dengan demikian, tujuan utama untuk berbicara dengan orang adalah guna memahami dunia antarpribadi kita
 - Fokusnya pada bagaimana komunikasi manusia digunakan untuk mendapatkan pengetahuan dan menciptakan pemahaman
 - Berhubungan dengan pengurangan atau meningkatnya keteramalan perilaku baik diri sendiri maupun orang lain dalam interaksi apapun.
- ▶ Dorongan untuk mengurangi ketidakpastian mendapat dorongan dari :
 - Antisipasi interaksi di masa depan
 - Nilai insentif

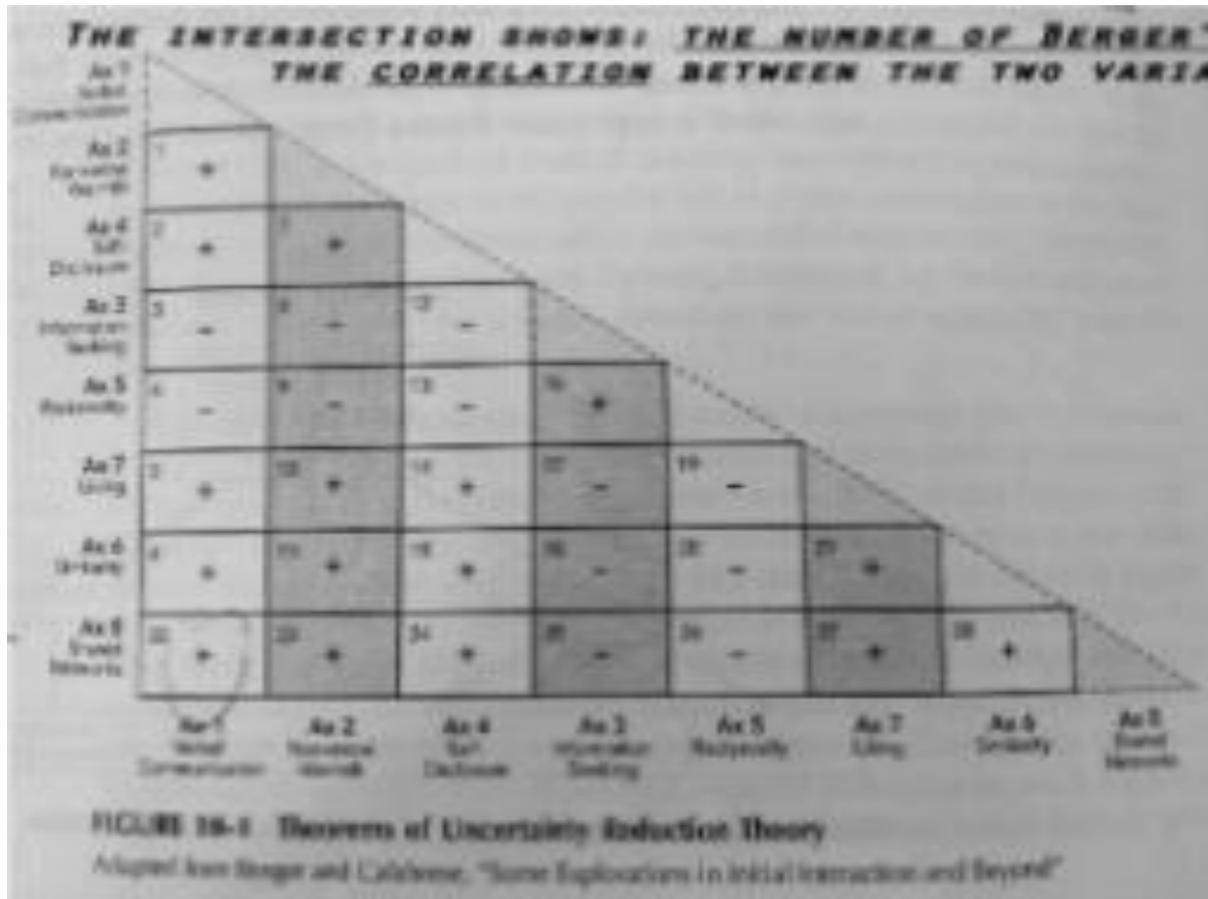
Uncertainty Reduction Theory (URT) to Predict & Explain

- ▶ Prediktabilitas vs Ketidakpastian
 - Karena kemampuan untuk memprediksi alternatif mana yang mungkin, terjadi penurunan, maka berikutnya ketidakpastian akan meningkat
- ▶ Fritz Heider : penemu Teori Atribusi
 - Fokus pada kesimpulan tentang mengapa orang melakukan apa yang mereka lakukan
 - Pertanyaan perilaku – sikap yang baik melampaui akal sehat
 - Pertanyaan kognitif

An Axiomatic Theory : Certainty about Uncertainty

- ▶ Aksioma : kebenaran yang jelas, tanpa memerlukan bukti tambahan
 - ▶ Delapan Kebenaran Berger tentang Ketidakpastian
 1. Komunikasi verbal ↑ Ketidakpastian ↓
 2. Kehangatan nonverbal ↑ Ketidakpastian ↓
 3. Perilaku pencarian informasi ↑ Ketidakpastian ↑
 4. Self Disclosure :
 - ↑ Ketidakpastian ↓ Komunikasi intim – ↓ Ketidakpastian ↑ Komunikasi intim
 5. Timbal balik ↑ Ketidakpastian ↓ – Ketidakpastian ↓ – Ketidakpastian ↓
 6. Kemiripan ↑ Ketidakpastian ↓ – Kesamaan ↓ Ketidakpastian ↑
 7. Menyukai ↑ Ketidakpastian ↓ – Menyukai ↓ Ketidakpastian ↑
 8. Shared Network ↑ Ketidakpastian ↓ – shared network ↓ Ketidakpastian ↑
- 

Logical force if Uncertainty Axiom



A PLUS SIGN (+) SHOWS THAT THE TWO VARIABLES RISE OR FALL TOGETHER.

A MINUS SIGN (-) INDICATES THAT AS ONE INCREASES, THE OTHER DECREASES.

Rencana Pesan untuk mengatasi ketidakpastian

- ▶ Rencana berdasarkan Teori Komunikasi Strategis
 - Sebagian besar interaksi sosial digerakkan oleh tujuan
 - Membangun rencana kognitif untuk memandu komunikasi
 - Rencana adalah representasi mental dari urutan tindakan yang terorganisir secara hierarkis dan dapat digunakan untuk mencapai tujuan
 - Rencana yang bagus tidak menjamin tercapainya tujuan
 - Berkomunikasi dengan ramah dan profesional
 - Probabilitas komunikasi yang sempurna adalah nol
 - Bagaimana individu mengatasi ketidakpastian yang tak terhindarkan?

Strategi mengatasi Tangapan Ketidakpastian

- ▶ Mencari Informasi
 - Strategi Pasif – mengamati kejauhan
 - Strategi Aktif – minta informasi dari pihak ke-3
 - Strategi Interaktif – menanyakan informasi secara langsung

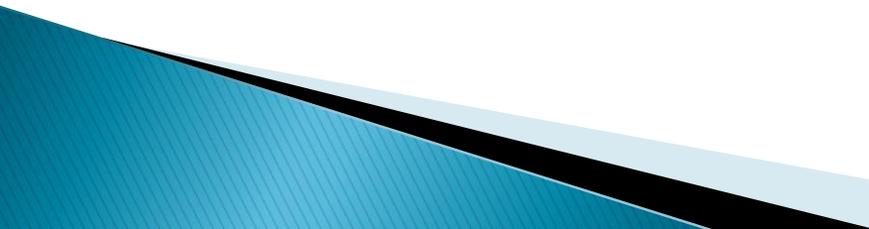


- ▶ Memilih kompleksitas rencana
 - Tingkat detail rencana
 - Jumlah rencana ketidakpastian yang disiapkan
- ▶ Hegding (Pelindung Diri)
 - Penggunaan ambiguitas dan humor untuk menyelamatkan wajah ketika pesan gagal
- ▶ Tingkatan hipotesis
 - Kecenderungan mengubah elemen elemen tingkat rendah dari pesan ketika seseorang digagalkan upayanya untuk mencapai tujuan

Model Turbulensi Relasional

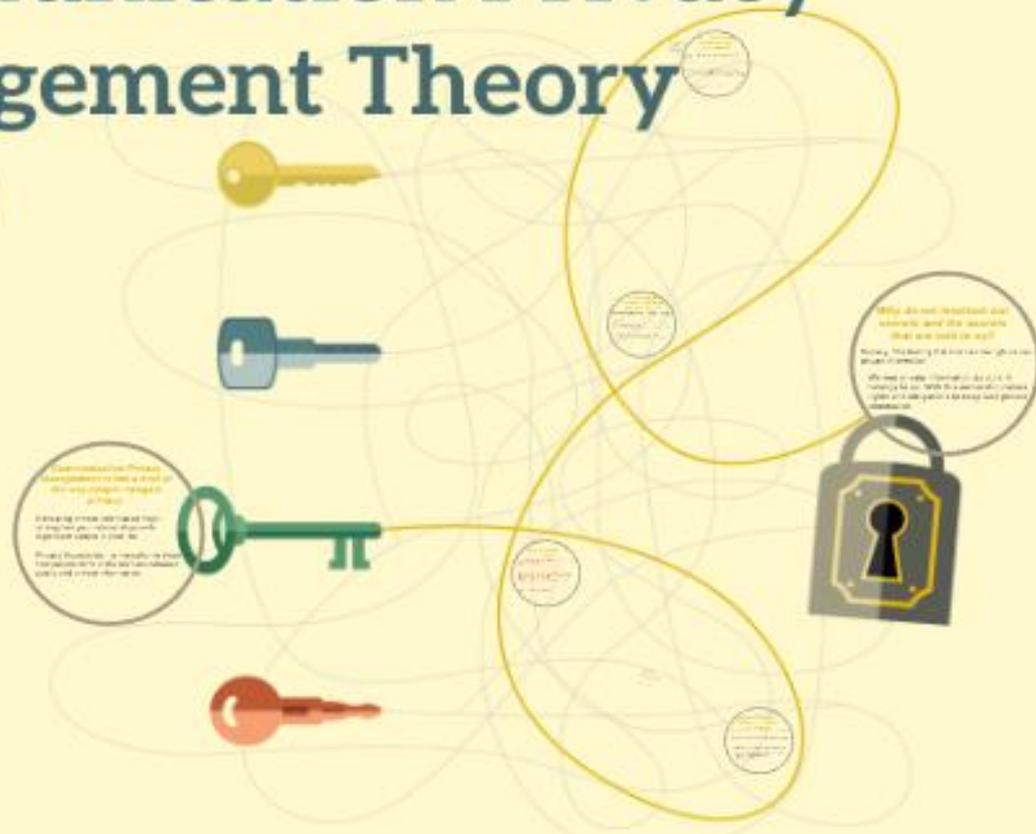
- ▶ Berger mengembangkan URT untuk menjelaskan pertemuan pertama kali
 - Menurut Leanne Knobloch (fokus pada hubungan romantis) juga dapat menimbulkan hubungan yang berkelanjutan
 - Pikiran kita sendiri
 - Pikiran orang lain
 - Masa depan hubungan
 - Ketidakpastian :
 - Diproduksi oleh campur tangan pasangan – koordinasi tujuan
 - Memimpin mitra dekat untuk mengalami turbulensi relasional
- Turbulensi → Ketidakpastian dan Gangguan → Turbulensi Keintiman tinggi dan kesamaan kekuasaan memberikan kestabilan relasional

Kritik : keraguan terhadap URT

- ▶ URT adalah prototipe awal tentang apa yang harus menjadi teori obyektif.
 - ▶ Melanjutkan pertanyaan ketergantungan Berger pada konsep ketidakpastian dan asumsi bahwa kita termotivasi untuk menguranginya.
 - ▶ Tantangan untuk klaim Berger bahwa pengurangan ketidakpastian adalah kunci untuk memahami perjumpaan awal.
- 

Nama	Sri Wijavanti
NIM	08.0719.019
Teori/Konteks	Uncertainty Reduction Theory / Komunikasi Interpersonal
Ide atau rencana judul	Pengelolaan Ketidakpastian dalam Komunikasi Orang Tua terhadap Anak Autis
Keywords (max 5 kata)	Teori pengurangan ketidakpastian komunikasi orang tua autis.
Deskripsi singkat ide penelitian :	<p>Komunikasi yang dijalani antara orang tua dengan anak autis merupakan salah satu interaksi yang mengandung sejumlah ketidakpastian. Hal ini dikarenakan anak autis memiliki kendala dalam penyampaian pesan ketika berinteraksi. Ketidakpastian yang dialami orang tua terjadi ketika penyampaian suatu pesan. Selain itu, ketidakpastian akan meningkat karena orang tua tidak dapat mengetahui apa yang dipikirkan anak. Teori pengurangan ketidakpastian digunakan untuk mengetahui strategi yang digunakan orang tua ketika berinteraksi dengan anaknya yang autis. Penelitian ini bermaksud mengetahui bagaimana komunikasi orang tua untuk mengurangi ketidakpastian pada anak autis? Untuk itu penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, dengan teknik pengumpulan data dengan wawancara.</p>

Communication Privacy Management Theory (CPM)



Communication Privacy Management Theory
Sandra Petronio
(Interpretive Theory–Socio Cultural Tradition)

Sandra Petronio



- ▶ Petronio melihat teori Communication Privacy Management (CPM) sebagai peta cara orang menavigasi privasi
- ▶ Batas batas privasi adalah hambatan yang menentukan seberapa banyak informasi yang satu berbagi dengan yang lain

Sistem Manajemen Privasi

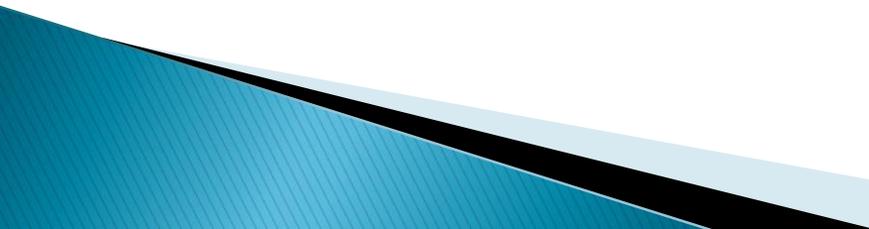
- ▶ Petronio membagi sistem manajemen privasi menjadi 3 yakni :
 1. Kepemilikan privasi : Batasan privasi yang mencakup informasi yang kita miliki tetapi orang lain tidak tahu
 2. Kontrol privasi : Berbagi informasi pribadi dengan orang lain
 3. Turbulensi privasi : Berperan ketika mengelola informasi pribadi tidak berjalan seperti yang kita harapkan

Memahami ketiganya sangat membantu memahami 5 prinsip inti CMP. Prinsip no 1-4 terkait dengan kepemilikan dan kontrol privasi. Sedang prinsip no 5 melibatkan turbulensi privasi – gejolak yang Meletus ketika aturan dilanggar

Lima Prinsip Inti CPM

1. Orang-orang percaya bahwa mereka memiliki dan berhak mengendalikan informasi pribadi mereka.
2. Orang-orang mengendalikan informasi pribadi mereka melalui penggunaan aturan privasi pribadi.
3. Ketika orang lain diberi tahu atau diberi akses ke informasi pribadi seseorang, mereka menjadi pemilik bersama informasi itu.
4. Pemilik bersama informasi pribadi perlu menegosiasikan aturan privasi yang disepakati bersama tentang memberi tahu orang lain.
5. Ketika pemilik bersama informasi pribadi tidak secara efektif bernegosiasi dan mengikuti aturan privasi yang dipegang bersama, Batasan turbulensi adalah hal yang mungkin terjadi

Informasi Pribadi : sesuatu yang kita miliki

- ❑ Orang-orang percaya bahwa mereka memiliki dan berhak mengendalikan informasi pribadi mereka.
 1. Petronio mendefinisikan privasi sebagai “perasaan individu yang berhak untuk memiliki informasi pribadi”
 2. Kepemilikan mengandung hak dan kewajiban
 3. Privasi meningkatkan rasa otonomi kita dan membuat kita merasa kurang rentan
 4. Rasa kepemilikan, memotivasi individu untuk menciptakan batasan yang akan mengontrol penyebaran apa yang kita ketahui
- 

Aturan Menyembunyikan dan Mengungkapkan

- ❑ Orang-orang mengendalikan informasi pribadi mereka melalui penggunaan aturan privasi pribadi
- ❑ Cara mudah memahami maksudnya adalah dengan mengingat bahwa orang biasanya memiliki aturan untuk mengelola informasi pribadi mereka
- ❑ Lima faktor berperan dalam pengembangan aturan privasi unik seseorang termasuk budaya, jenis kelamin, motivasi, konteks, dan rasio risiko/ manfaat.
 1. Perbedaan budaya dalam nilai keterbukaan dan pengungkapan
 2. Berkenaan dengan gender, kebijaksanaan populer menunjukkan bahwa perempuan lebih terbuka daripada laki laki, namun penelitian tentang masalah ini, campuran paling baik
 3. Penekanan ketertarikan dan kesukaan merupakan motif interpersonal yang dapat melonggarkan batas batas privasi yang tidak bisa dilanggar
 4. Peristiwa traumatis dapat sementara atau permanen mengganggu pengaruh budaya, jenis kelamin, dan motivasi ketika orang membuat aturan privasi
 5. Perhitungan rasio resiko/manfaat dengan melakukan perhitungan untuk mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadi

Pengungkapan Informasi pribadi

- ❑ Pengungkapan menciptakan orang kepercayaan dan rekan pemilik informasi pribadi. Ketika orang lain diberitahu atau menemukan informasi pribadi seseorang, mereka menjadi rekan pemilik informasi tersebut.
 - ❑ Tindakan pengungkapan informasi pribadi menciptakan orang kepercayaan dan menarik orang itu kedalam batas privasi kolektif.
 - ❑ Mengungkapkan informasi kepada orang lain menyebabkan kepemilikan bersama
 1. Penyingkap harus menyadari bahwa batas privasi pribadi telah berubah menjadi batas kolektif yang jarang menyusut menjadi pribadi
 2. Sebagai pemilik bersama, orang cenderung merasa bertanggung jawab atas informasi, meskipun tidak selalu sama
 3. Mereka yang memiliki informasi yang dipalsukan pada mereka mungkin lebih santai melindunginya

Batasan Kepemilikan Informasi Pribadi

- ❑ Batas kepemilikan adalah hak dan tanggung jawab yang dimiliki oleh pemilik bersama informasi pribadi untuk mengendalikan penyebarannya.
 1. Tidak semua batas kepemilikan adalah 50:50
 2. Orang kepercayaan yang disengaja adalah seseorang yang dengan sengaja mencari informasi pribadi, dan seringkali semakin ingin mereka curhat, semakin sedikit kendali yang mereka miliki atas apa yang mereka dengar
 3. Orang kepercayaan yang enggan tidak ingin pengungkapan, tidak mengharapkannya, dapat menemukan informasi yang diungkapkan sebagai beban yang tidak disukai, dan sering merasa hanya rasa tanggung jawab yang tidak jelas terhadap informasi yang diungkapkan, sehingga mengurangi kewajiban untuk mengikuti pedoman privasi dari pengungkap.
 4. Pemegang saham berkomitmen penuh untuk menangani informasi pribadi sesuai dengan aturan privasi pemilik asli.
 5. Stakeholder berhak mendapatkan akses dan kontrol terkait informasi pribadi dan aturan untuk membagikannya

Boundary Linkage

- ❑ Proses orang kepercayaan yang ditautkan ke batas privasi orang yang mengungkapkan informasi.
 - ❑ Proses menentukan siapa lagi yang tahu. Ketika pengungkap dan penerima memiliki hubungan dekat, penerima lebih cenderung menanganikan informasi baru seperti yang diinginkan pengungkap
- 

Permeabilitas Batas Informasi

- Seberapa banyak informasi dapat mengalir?
 1. Batas dapat ditutup, tebal, atau direntangkan ketat yang memungkinkan sedikit informasi untuk dilewati, atau batas dapat dibuka, tipis, atau dipegang longgar memungkinkan informasi untuk dengan mudah melewati.
 2. Permeabilitas adalah masalah derajat
 3. Aturan bertindak sebagai filter, membiarkan beberapa informasi melewati dengan mudah, sementara informasi lainnya dijaga ketat
 4. Pengungkap dan penerima harus menegosiasikan aturan bersama untuk kemungkinan diseminasi pihak ketiga.

Batasan Turbulensi : Hubungan Beresiko

- ❑ Ketika pemilik bersama informasi pribadi tidak secara efektif bernegosiasi dan mengikuti aturan privasi yang dipegang bersama, turbulensi batas adalah hasil yang mungkin terjadi.
- ❑ Turbulensi dapat secara radikal mengubah hubungan kita dengan cara hal itu memengaruhi pikiran, perasaan, dan tindakan kita.
- ❑ Petronio memperkirakan bahwa orang bereaksi terhadap turbulensi dalam upaya untuk mengatur hubungan yang terganggu yang diciptakannya.
- ❑ Batas fuzzy terjadi ketika tidak ada batas yang diakui bersama, dalam hal ini orang kepercayaan menggunakan aturan privasi mereka sendiri untuk memandu apa yang mereka katakan kepada orang lain.

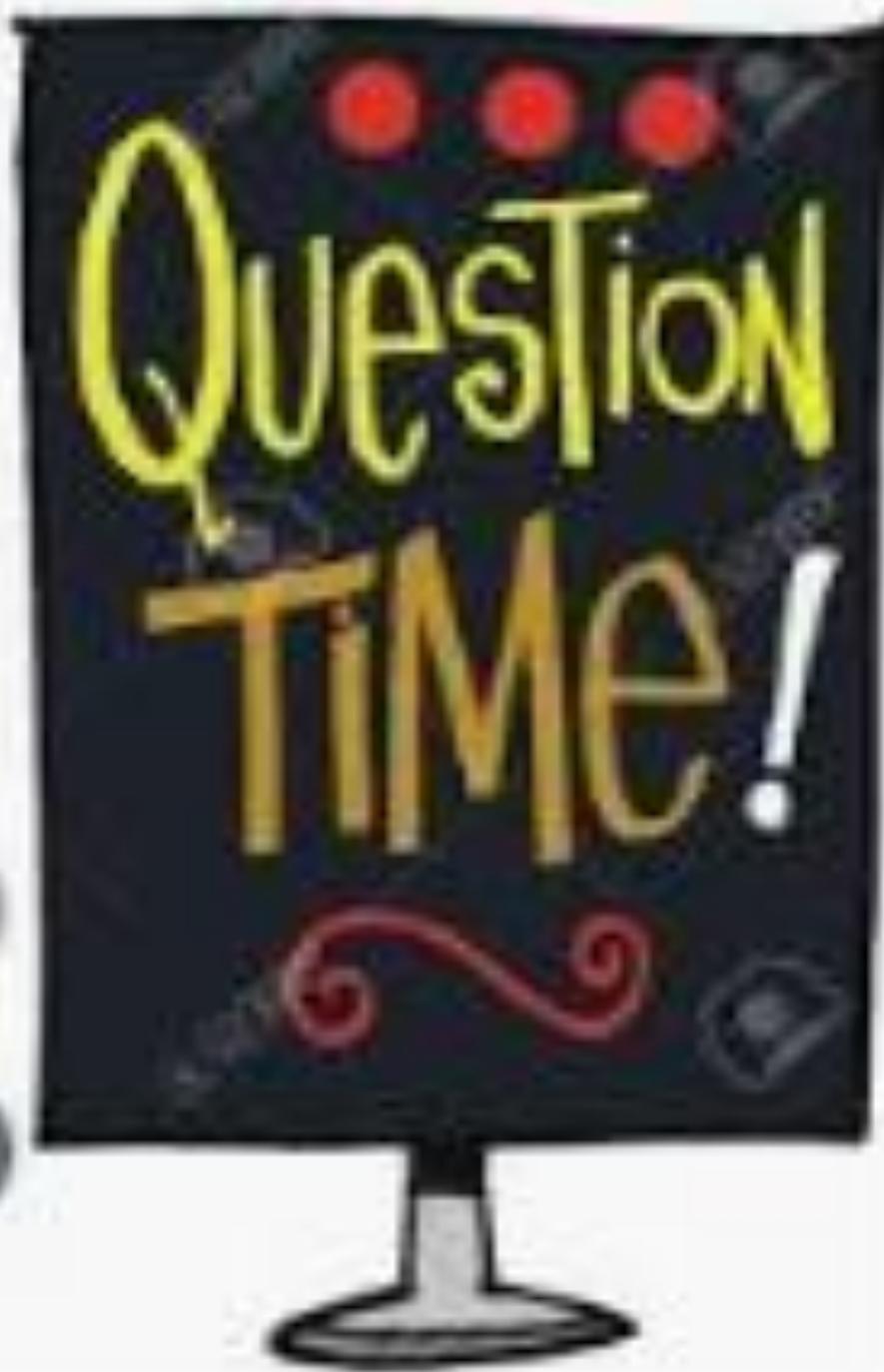
Batasan Turbulensi : Hubungan Beresiko

- ❑ Pelanggaran yang disengaja terjadi ketika orang kepercayaan sengaja mengungkapkan rahasia yang mereka tahu pemilik aslinya tidak ingin dibagikan
 1. Mereka mungkin melakukannya dengan sengaja melukai pemilik aslinya atau hanya karena melakukannya demi keuntungan pribadi mereka.
 2. Dilema kerahasiaan terjadi ketika orang kepercayaan harus melanggar batas privasi kolektif untuk mempromosikan kesejahteraan pemilik asli.
- ❑ Tidak semua turbulensi dan relasional berasal dari aturan privasi yang tidak sinkron atau pelanggaran batas yang disengaja
 1. Kadang-kadang orang membuat kekacauan dengan membuat kesalahan, seperti membiarkan rahasia menyelinap keluar ketika penjaga mereka jatuh atau hanya melupakan siapa yang mungkin memiliki akses ke informasi
 2. Kesalahan penilaian terjadi ketika seseorang membahas kasus2 pribadi di tempat2 umum
 3. Kesalahan perhitungan dalam waktu, menyebabkan turbulensi ketika informasi diungkapkan pada waktu yang buruk

Kritik : diagnosis yang tajam, resep yang baik, proses penyembuhan ?

- ❑ CPM dengan baik memenuhi lima dari enam kriteria untuk teori interpretatif yang baik
- ❑ Hal ini memberikan penilaian yang baik dalam memberikan pemahaman baru tentang orang2, mendukungnya dengan penelitian kualitatif yang baik, dukungan dari komunitas, mengklarifikasi privasi sebagai nilai dan menyerukan reformasi (meski sedikit sulit)
- ❑ CPM tidak memiliki daya Tarik estetika, baik dalam gaya maupun kejelasan.
- ❑ Kesenjangan dalam teori ini adalah bahwa Petronio tidak menawarkan wawasan tentang bagaimana melakukan negosiasi atau menawarkan solusi ketika batas turbulensi terjadi.
- ❑ Selama 35 tahun bekerja dengan teori, Petronio mengakui ambiguitas teori dan mengemas hal hal untuk meningkatkan kejelasan

Nama	Sri Wijayanti
NIM	08.0719.019
Teori/Konteks	Communication Privacy Management / Komunikasi Interpersonal
Ide atau rencana judul	Penerapan Manajemen Privasi Komunikasi oleh Kalangan Ibu Pelaku Swafoto di WAG
Keywords (max 5 kata)	Swafoto, privasi, CPM, ibu, WAG
Deskripsi singkat ide penelitian :	<p>Saat ini swafoto telah menjadi budaya di era digital. Fenomena tersebut disatu sisi membawa sejumlah konsekuensi terkait dengan identitas, privasi, keamanan dan pengawasan. Kebiasaan yang menvertai kala mengunggah swafoto adalah memberikan informasi yang terlalu banyak. Kalangan ibu merupakan salah satu kalangan yang ditengarai sering melakukan swafoto dan mengunggahnya di WAG yang mereka miliki. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bermaksud mengetahui bagaimana kalangan ibu melakukan manajemen privasi saat berkomunikasi tentang kegiatan swafoto dan mengunggahnya di kelompok WA mereka? Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai sejumlah ibu dengan sejumlah karakteristik, diantaranya merupakan pelaku swafoto dan mengunggahnya di WA serta memiliki WAG. Sehingga diharapkan dapat kita ketahui pengaturan kontrol kepemilikan informasi pribadi, kontrol atas informasi pribadi dan turbulensi batasan informasi yang terjadi ketika orang lain masuk kedalam informasi pribadi kita dan menghasilkan efek yang tidak sesuai dengan harapan kita.</p>





Interpersonal Communication Theory Persuasion (M-6)

Social Judgement Theory
Elaboration Likelihood Model (ELM)



One main concern about the SJT is that the “new view” a person adopts may not last or may never be accepted by the person you are trying to persuade. This is an important issue because the overall goal of the SJT is to persuade others to compare and change their views with common attitudes already widely accepted in society



Social Judgment Theory

Muzafer Sherif

(Objective Theory–Socio Psychology Tradition)

Elaboration Likelihood Model
Petty and Cacioppo (1979)

Central Path

(Thinking-logical)

1. I need a car
2. The price is great
3. High-Performance
4. Top car of the year



Peripheral Path

(Cues - Fear, Desire)

1. I just need a car
2. Sexy girls
3. I can pay
3. This is the car for me



Elaboration Likelihood Model (ELM)
Richard Petty & John Cacioppo
(Objective Theory–Socio Psychology Tradition)