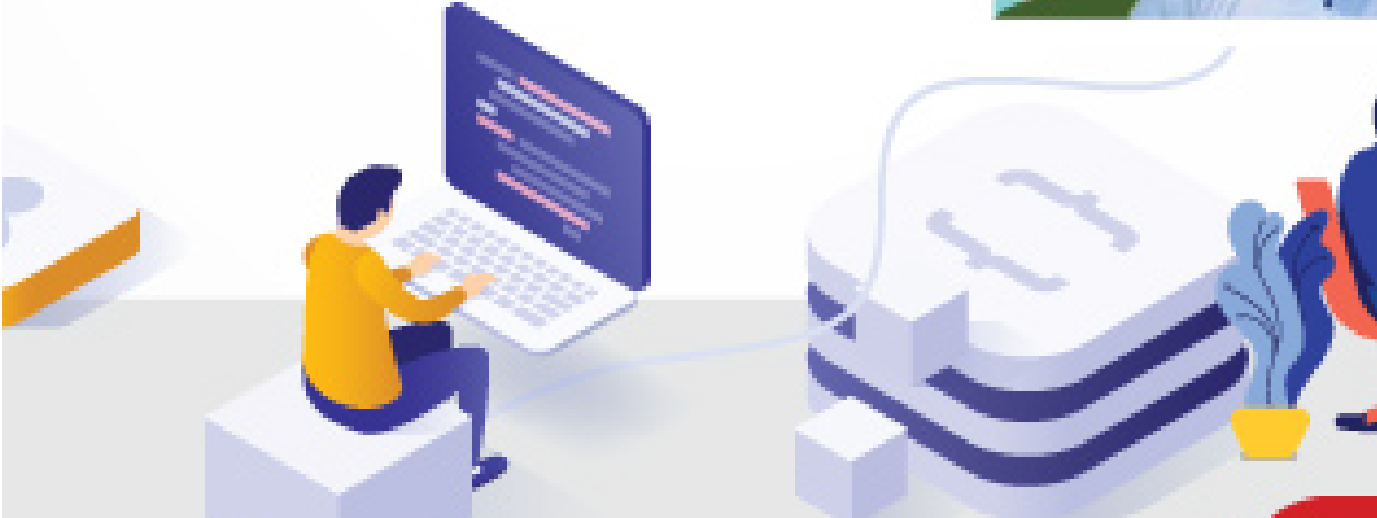
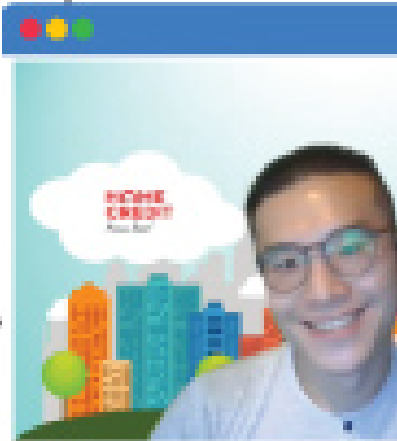


Karyawan Kami | Time Out: Cara Memiliki Personal Influence

Influence





Bagaimana caranya menjangkau dan mempengaruhi orang lain? Baca di sini!

Saat kita mencoba untuk menyelaraskan pekerjaan kita dengan orang lain dari departemen yang berbeda, pertanyaan-pertanyaan yang muncul adalah:

“Bagaimana caranya mempengaruhi orang tersebut? Apakah kamu pernah minta bantuan/opini saat rapat dan tidak ada yang merespon? Atau pernahkah kamu minta bantuan lewat e-mail dan sudah mengirim pengingat tapi tetap tidak ada respon?”

Mungkin pertanyaan yang sama muncul di benakmu. Kenapa saya tak dihiraukan? Apakah orang lain sedang sibuk? Atau ada hal lain?

Untuk menjawab pertanyaan ini, tim HR mengadakan sesi spesial Time Out untuk berdiskusi tentang cara kita memiliki *personal influence* atau mampu mempengaruhi orang lain agar kita dapat lebih diprioritaskan.

Untuk sesi ini, kami mengundang **Wiwik Wahyuni** (HR Director) **Blasius Lica** (Head of IT Demand Management & Hosel) dan **Richard Harseno** (AP Portofolio) sebagai pembicara, dipandu oleh **Noach Tobing** (Organizational Capability & Culture).

Dari topik-topik penting yang dibahas di sesi ini, berikut adalah yang bisa kamu terapkan agar menjadi prioritas seseorang dan bukan sebagai opsi.

1. Apa mindset yang tepat yang bisa kita miliki untuk mendapatkan respon lebih baik?

a. Komunikasi berarti bertukar informasi. Agar berhasil, kamu harus merefleksikan “Apa tujuan saya? Apa hasil yang saya harapkan dari orang lain?”

b. *Curse of Knowledge*: Kamu kira kamu mengirim pesan secara efektif, tapi ternyata tidak. Jadi, kamu harus bisa mengirim pesan secara jelas dan padat.

c. Terkadang kita lebih fokus ke agenda kita sendiri. Jadilah rekan yang bisa saling membantu. Untuk membangun komunikasi yang efektif, kamu perlu memastikan “Apa manfaatnya untuk mereka?”. Jelaskan bahwa ini juga bermanfaat bagi mereka.

2. Apa yang bisa saya lakukan dengan lebih baik/berbeda?

a. Kenali orang yang tepat untuk diajak bicara. Coba kamu bentuk sebuah hubungan yang baik terlebih dahulu. Kamu bisa mulai dengan percakapan santai dengan mereka secara langsung atau lewat e-mail.

b. Di rapat virtual, coba lebih sering buka kamera agar orang-orang tidak salah menafsirkan ucapanmu.

c. Berusaha untuk memberikan apa yang mereka butuhkan untuk memudahkan mereka dalam memenuhi permintaanmu.

d. Hindari “Efek Bystander”: Tanggung jawab semua orang bukan tanggung jawab siapa pun.

Ini adalah beberapa tips untuk menghindari Efek Bystander dengan menggunakan “3 Powers”:

- Kekuatan dalam Memberikan Tanggung Jawab
- Kekuatan dari Tugas yang Spesifik
- Kekuatan Menulis

Ketiga kekuatan di atas dapat membangun rasa kepemilikan dari setiap orang yang terlibat dalam tim dan membuat mereka lebih paham bagaimana mereka bisa diandalkan.

Berikut adalah 6 jenis pengaruh yang bisa kamu gunakan tergantung pada situasinya agar mendapatkan respon lebih baik dan dapat diprioritaskan:

1. Konsisten

Keinginan untuk konsisten dengan apa yang sudah diucapkan/dilakukan

2. Konsensus

Keinginan untuk mengikuti jejak orang lain yang serupa

3. Otoritas

Keinginan untuk mengikuti ahli

4. Kesamaan

Kecenderungan untuk menyukai orang yang serupa

5. Timbal balik

Memberi kepada orang yang memberimu sesuatu

6. Kelangkaan

Keinginan untuk memiliki hal-hal yang langka

Jadi, apa saja poin-poin penting yang bisa kita ambil dari sesi Time Out ini?

- Kenal lebih dekat dengan rekan kerjamu dan tanyakan kabar mereka. Ini membuat mereka merasa bahwa kamu mau membangun koneksi dengan mereka dan bukan hanya sekedar bekerja dengan mereka.
- Bangun Kerjasama yang saling bermanfaat.
- Agar bisa mempengaruhi orang lain, kamu perlu membangun kredibilitas untuk membuat mereka percaya denganmu dan *flexible*-lah dalam mencari jenis atau gayamu mempengaruhi orang lain.

Sampai jumpa di Time Out berikutnya!

Karyawan Kami

- [Karyawan Kami | 8 Kompetensi Kepemimpinan](#)
- [Karyawan Kami | Agile: Retransformasi untuk 2022](#)
- [Karyawan Kami | Tips Karir dari 8 DNA Stars Terbaru Kami](#)

Berita

- [Berita | Brand Operating Principles Kita](#)
- [Berita | CEO Message: Q1 2018](#)
- [Berita | Cerita Evolusi Brand Home Credit](#)