

TEORI FRENCH DAN RAVEN TENTANG ENAM KEKUASAAN SOSIAL

RUDY C. TARUMINGKENG



Rudy C Tarumingkeng: *Teori French dan Raven tentang Enam
Basis Kekuasaan Sosial*

Oleh:

[Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD](#)

Guru Besar Manajemen, NUP: 9903252922

Rektor, Universitas Cenderawasih (1978-1988)

Rektor, Universitas Kristen Krida Wacana (1991-2000)

Ketua Dewan Guru Besar IPB-University (2005-2006)

Ketua Senat Akademik IBM-ASMI

© RUDYCT e-PRESS
rudyc75@gmail.com
Bogor, Indonesia
24 May 2025

Teori French dan Raven tentang Enam Basis Kekuasaan Sosial

Berikut adalah elaborasi naratif dan akademik mengenai **Teori Enam Basis Kekuasaan Sosial** dari **French dan Raven**, berdasarkan sumber 12manage.com dan teori klasik mereka dari tahun 1959 yang tetap relevan dalam manajemen, kepemimpinan, dan psikologi organisasi hingga kini.

Teori French dan Raven tentang Basis Kekuasaan Sosial

Pendahuluan

French dan Raven memperkenalkan konsep "**Bases of Social Power**" untuk menjelaskan berbagai sumber dari mana kekuasaan atau pengaruh sosial dapat berasal dalam hubungan antar manusia, terutama dalam konteks organisasi dan kepemimpinan. Mereka menyatakan bahwa kekuasaan bukanlah satu bentuk tunggal, tetapi terdiri atas berbagai basis yang memiliki efek berbeda terhadap motivasi, resistensi, dan persepsi bawahan atau pengikut terhadap pemimpin.

Enam Basis Kekuasaan Sosial

1. Reward Power (Kekuasaan Hadiah/Imbalan)

Kekuasaan ini bersumber dari kemampuan seseorang untuk memberikan imbalan kepada pihak lain. Imbalan bisa berupa gaji, promosi, pujian, atau pengakuan.

- **Contoh naratif:** Seorang manajer menjanjikan bonus tambahan bagi tim yang mampu menyelesaikan proyek lebih cepat dari jadwal. Anggota tim cenderung mengikuti arahannya karena berharap mendapatkan insentif tersebut.

- **Efek psikologis:** Meningkatkan daya tarik, cenderung menurunkan resistensi.

2. Coercive Power (Kekuasaan Paksaan)

Kekuasaan ini bersumber dari kemampuan untuk menghukum atau memberikan konsekuensi negatif bagi pihak lain.

- **Contoh naratif:** Atasan yang mengancam akan mengurangi jam kerja atau memberikan evaluasi buruk jika karyawan tidak mematuhi aturan.
- **Efek psikologis:** Menurunkan daya tarik, seringkali meningkatkan resistensi atau perlawanan pasif.

3. Legitimate Power (Kekuasaan Legitimasi)

Didasarkan pada posisi formal dalam struktur organisasi. Orang mematuhi karena mereka percaya bahwa si pemimpin memang secara sah memiliki otoritas.

- **Contoh naratif:** Seorang kepala bagian memiliki kewenangan formal untuk mengatur pembagian kerja.
- **Istilah terkait:** Juga dikenal sebagai **normative power**.

4. Referent Power (Kekuasaan Referensial)

Muncul dari daya tarik pribadi seseorang—karisma, integritas, atau reputasi. Orang lain mengikuti karena mereka mengagumi atau ingin menyerupainya.

- **Contoh naratif:** Seorang pemimpin informal dalam kelompok kerja dihormati karena kebijaksanaan dan empatinya, walaupun ia bukan manajer resmi.
- **Efek psikologis:** Sangat kuat dalam menciptakan loyalitas dan identifikasi.

5. Expert Power (Kekuasaan Keahlian)

Berasal dari persepsi bahwa seseorang memiliki pengetahuan, keterampilan, atau pengalaman yang luar biasa dalam suatu bidang.

- **Contoh naratif:** Seorang IT specialist dipercaya untuk mengambil keputusan teknis karena kompetensinya yang terbukti.
- **Efek psikologis:** Menimbulkan rasa percaya dan ketergantungan profesional.

6. Information Power (Kekuasaan Informasi)

Merupakan tambahan kemudian atas teori awal. Kekuasaan ini diperoleh melalui kontrol atas akses informasi penting.

- **Contoh naratif:** Seorang analis strategi memiliki pengaruh besar karena memiliki data pasar yang hanya ia akses.
- **Efek psikologis:** Tergantung pada kerahasiaan dan eksklusivitas informasi.

Konsep Dasar: Interaksi Agen

Teori ini menekankan bahwa kekuasaan dan pengaruh selalu muncul dalam konteks **relasi antara dua pihak**, yakni pihak yang menggunakan kekuasaan (influencer) dan pihak yang menerima (target). French dan Raven berfokus pada **reaksi pihak penerima** sebagai indikator efektivitas kekuasaan tersebut—apakah muncul kepatuhan, ketergantungan, atau perlawanan?

Aplikasi dalam Konteks Organisasi

- Dalam **manajemen SDM**, kombinasi antara reward dan referent power sering digunakan untuk meningkatkan motivasi kerja.
- Dalam **kepemimpinan transformasional**, referent dan expert power menjadi pilar utama.
- Dalam **struktur birokrasi**, legitimate dan coercive power masih sangat dominan.

- Dalam **organisasi berbasis pengetahuan**, expert dan information power memainkan peran strategis.

Refleksi Akademik

French dan Raven memberikan sumbangan penting dalam memahami **psikologi kekuasaan**. Mereka memisahkan antara kekuasaan yang berbasis **struktur formal** dan **pengaruh interpersonal**. Hal ini memberi kerangka kerja yang sangat berguna dalam:

- **Evaluasi dinamika tim**
- **Perancangan program kepemimpinan**
- **Diagnosa konflik antar departemen**
- **Pengembangan budaya organisasi yang etis**

Infografik Visual (Direkomendasikan)

Saya sarankan membuat infografik dengan:

Tipe Kekuasaan	Sumber	Dampak Emosional	Risiko
Reward	Hadiah	Atraktif	Manipulatif jika disalahgunakan
Coercive	Ancaman	Resistensi	Menurunkan moral
Legitimate	Jabatan	Kepatuhan	Formalistik
Referent	Karisma	Loyalitas	Rentan kultus individu
Expert	Keahlian	Respek	Ketergantungan teknis
Informational	Data	Keunggulan strategis	Rentan manipulasi informasi

Glosarium

- **Kekuasaan Sosial:** Kemampuan untuk mempengaruhi orang lain dalam konteks sosial atau organisasi.
- **Kekuasaan Referensial:** Bentuk kekuasaan yang berasal dari rasa kagum atau keinginan meniru seseorang.
- **Normative Power:** Kekuasaan berdasarkan norma formal yang melekat pada posisi seseorang.
- **Resistance:** Penolakan atau reaksi negatif terhadap penggunaan kekuasaan.
- **Attraction:** Daya tarik yang mendorong penerimaan terhadap pengaruh.

Daftar Pustaka

1. French, J.R.P. & Raven, B. (1959). *The bases of social power*. In Cartwright, D. (Ed.), *Studies in Social Power*, University of Michigan.
2. Yukl, G. (2012). *Leadership in Organizations* (8th ed.). Pearson.
3. Robbins, S.P. & Judge, T.A. (2019). *Organizational Behavior*. Pearson.
4. Northouse, P.G. (2018). *Leadership: Theory and Practice*. Sage.
5. 12Manage.com. "French and Raven: Bases of Social Power." https://www.12manage.com/methods_french_raven_bases_social_power.html

Berikut ini **lanjutan** dari elaborasi sebelumnya, berupa:

1. 🎨 **Ilustrasi untuk cover artikel**
2. 📄 **Modul pelatihan manajer berdasarkan Teori French & Raven**
3. 🧩 **Simulasi studi kasus organisasi dengan kombinasi kekuasaan**

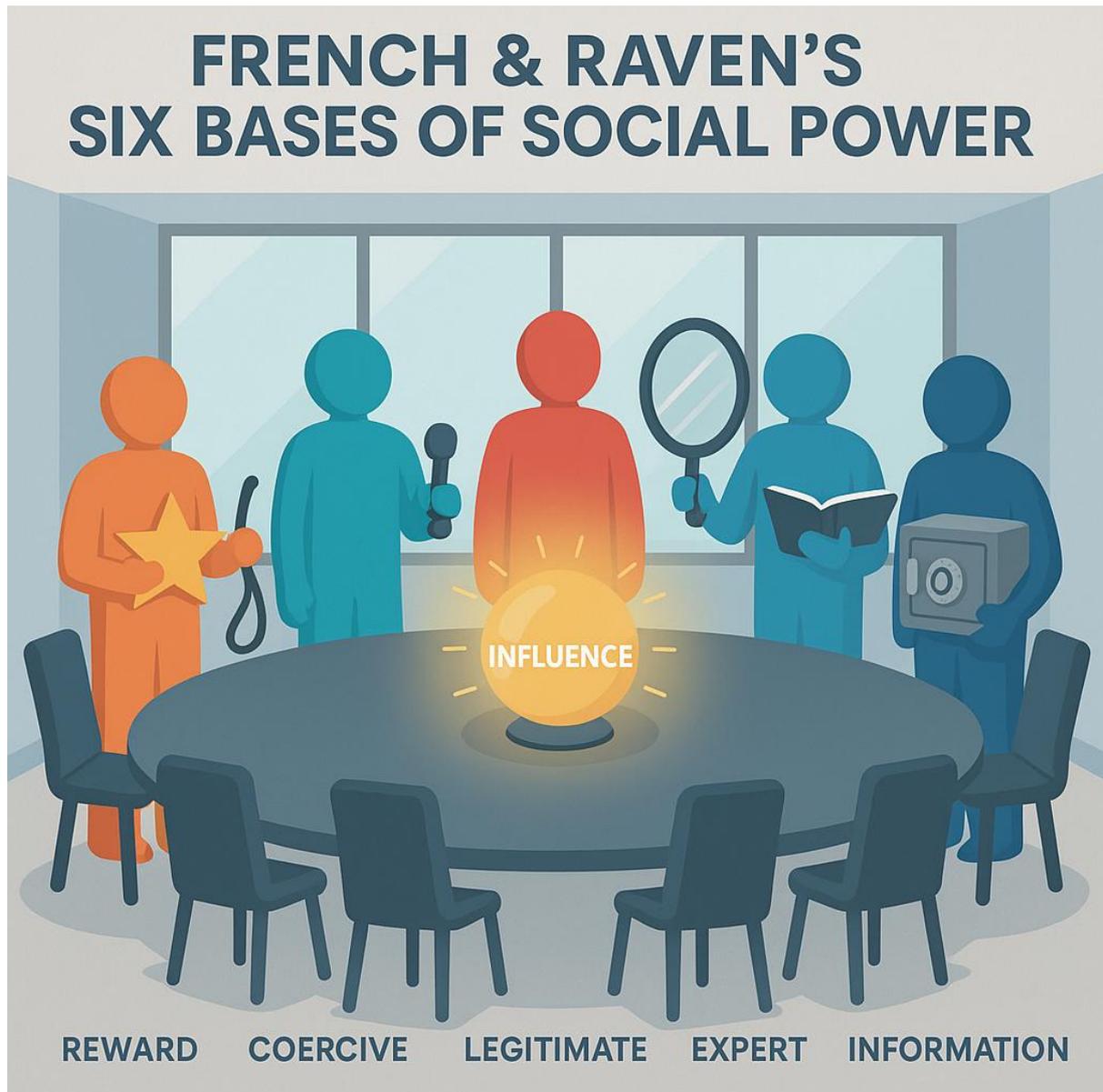
🎨 Ilustrasi untuk Cover Artikel

Judul:

📄 *"French & Raven's Six Bases of Social Power: Dinamika Pengaruh dalam Organisasi Modern"*

Gambaran Visual:

- Latar belakang ruang rapat organisasi modern.
- Enam figur simbolik berdiri di sekitar meja bundar:
 - Satu dengan bintang emas (Reward),
 - Satu dengan cambuk simbolik (Coercive),
 - Satu dengan stempel legal (Legitimate),
 - Satu bercermin (Referent),
 - Satu membawa buku atau laptop (Expert),
 - Satu dengan kunci brankas data (Information).
- Di tengah meja terdapat bola cahaya (simbol "influence") yang disorot dari berbagai arah oleh keenam figur.



Ada **tambahan penting** yang dapat melengkapi pembahasan Teori Kekuasaan Sosial French dan Raven ini, khususnya untuk keperluan pelatihan, pengajaran, dan pengembangan organisasi. Berikut adalah lanjutan yang terbagi dalam tiga bagian: *pengayaan konseptual, modul pelatihan manajer, dan simulasi studi kasus organisasi.*

Pengayaan Konseptual dan Teoretis

1. Interaksi antar basis kekuasaan

Kekuatan terbesar dalam pengaruh sosial sering kali berasal dari **kombinasi beberapa bentuk kekuasaan**. Seorang pemimpin yang hanya mengandalkan legitimasi (jabatan formal) akan kurang efektif jika tidak juga membangun keahlian (*expert*) dan daya tarik pribadi (*referent*).

Contoh: Seorang direktur yang memiliki kewenangan formal (*legitimate*), tetapi juga memiliki kredibilitas profesional (*expert*) dan hubungan personal yang kuat (*referent*), akan memiliki pengaruh yang jauh lebih besar dibandingkan jika hanya satu basis kekuasaan digunakan.

2. Kekuasaan sebagai proses dinamis

French dan Raven menyiratkan bahwa kekuasaan adalah sesuatu yang **diberikan**, bukan hanya dimiliki. Artinya, pengikut *memberi legitimasi* atas pengaruh seseorang tergantung persepsi mereka terhadap pemimpin tersebut.

Implikasi manajerial: Pemimpin harus terus membangun reputasi dan kredibilitas—kekuasaan bukanlah aset statis, tetapi **modal sosial** yang harus dirawat.

■ Modul Pelatihan Manajer: Menggunakan Enam Basis Kekuasaan secara Etis dan Efektif

Judul Modul

"Mengenal dan Mengelola Enam Sumber Kekuasaan Sosial: Strategi Kepemimpinan yang Seimbang"

Tujuan Pembelajaran

- Memahami enam jenis kekuasaan menurut French dan Raven
- Mengidentifikasi penggunaan kekuasaan dalam lingkungan kerja
- Menganalisis konsekuensi psikologis dari tiap basis kekuasaan
- Menyusun strategi penggunaan kekuasaan yang etis dan efektif

Materi Modul (Rangkuman)

Sesi Topik	Kegiatan
1 Pengantar Konsep Kekuasaan	Icebreaking + brainstorming
2 Reward dan Coercive Power	Studi kasus + roleplay: "Pemimpin yang Mengganjar vs Mengancam"
3 Legitimate dan Referent Power	Diskusi kelompok: "Posisi atau Personalitas?"
4 Expert dan Informational Power	Simulasi: "Pemimpin Berbasis Data dan Keahlian"
5 Analisis Dampak	Matrix: "Power-Resistance Map"

Sesi Topik	Kegiatan
6 Praktik Etika Kekuasaan	Refleksi pribadi dan perumusan <i>code of influence</i>
7 Penutup & Evaluasi	Kuis + Rencana Aksi Individu

Output yang Diharapkan

- Peserta mampu membuat **Power Strategy Canvas**: peta penggunaan kekuasaan berdasarkan posisi mereka dalam organisasi dan tantangan yang dihadapi.
- Rekomendasi kebijakan organisasi dalam mengelola *balance of power*.

✿ Simulasi Studi Kasus: “Krisis di Divisi Produksi”

Konteks Naratif

Divisi Produksi PT Maju Sinergi menghadapi penurunan produktivitas selama 3 bulan terakhir. Manager lama pensiun, dan digantikan oleh seorang manajer baru yang lebih muda dengan latar belakang teknik (expert power) namun belum dikenal secara luas (low referent power). Ada resistensi dari karyawan senior, dan manajer mulai menggunakan coercive power seperti penalti dan laporan performa buruk.

Pertanyaan Diskusi

1. Apa saja bentuk kekuasaan yang digunakan oleh manajer baru?
2. Bagaimana dampaknya terhadap moral karyawan?
3. Apa strategi yang dapat digunakan untuk menyeimbangkan kembali bentuk kekuasaan yang digunakan?
4. Bagaimana manajer dapat membangun kekuasaan referensial?

Instruksi

- Bentuk kelompok dan lakukan pemetaan 6 basis kekuasaan dari studi kasus.
- Susun rekomendasi strategi intervensi perubahan kekuasaan selama 6 bulan ke depan.
- Presentasikan dengan format *Influence Heatmap*.

✦ Penutup dan Implikasi Strategis

✓ ***Kekuasaan yang efektif adalah yang relevan, kontekstual, dan diterima.***

French dan Raven menekankan bahwa bukan seberapa besar kekuasaan dimiliki, tetapi bagaimana ia **dipersepsikan dan dijalankan**.

✓ ***Pemimpin masa depan bukan hanya memegang posisi, tetapi mengelola pengaruh.***

Ini menuntut keterampilan interpersonal, kecerdasan emosi, dan etika penggunaan kekuasaan.

Power Strategy Canvas

Tujuan: Mengidentifikasi, menganalisis, dan merancang strategi penggunaan kekuasaan dalam konteks pekerjaan atau organisasi.

Bagian 1: Profil Diri dan Konteks Organisasi

Nama:	
Jabatan/Peran:	
Unit/Divisi:	
Jumlah orang yang dipimpin:	
Tipe organisasi (profit/non-profit/pemerintah):	
Tantangan utama dalam kepemimpinan saat ini:	

Bagian 2: Pemetaan Basis Kekuasaan Pribadi Anda

Instruksi: Beri tanda (✓) dan isi bagian yang menurut Anda paling sering digunakan dalam konteks kepemimpinan Anda.

Jenis Kekuasaan	Saya Gunakan?	Contoh Penggunaan dalam Praktik
Reward Power		
Coercive Power		
Legitimate Power		
Referent Power		
Expert Power		
Informational Power		

Bagian 3: Peta Kekuatan vs Dampak Emosional

Rudy C Tarumingkeng: *Teori French dan Raven tentang Enam Basis Kekuasaan Sosial*

Tandai posisi Anda di tabel berikut untuk mengetahui kecenderungan gaya kekuasaan Anda.

	Resistensi Tinggi 😡	Netral 😐	Ketertarikan Tinggi 😊
Reward Power			
Coercive Power			
Legitimate Power			
Referent Power			
Expert Power			
Informational Power			

 **Bagian 4: Strategi Pengembangan Pengaruh**

Isilah tabel ini untuk menyusun rencana peningkatan efektivitas pengaruh Anda di lingkungan kerja.

Basis Kekuasaan	Langkah Penguatan	Risiko Potensial	Etika yang Dijaga
Reward Power			
Coercive Power			
Legitimate Power			
Referent Power			
Expert Power			
Informational Power			

■ Bagian 5: Rencana Aksi 30 Hari

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

✓ Refleksi Akhir

Apa satu kesadaran baru tentang diri Anda dalam menggunakan kekuasaan?

Bagaimana Anda ingin diingat oleh orang-orang yang Anda pimpin?

Berikut adalah  **Glosarium** untuk istilah-istilah utama dalam **Teori Kekuasaan Sosial (French dan Raven)** dan penggunaannya dalam konteks organisasi dan kepemimpinan.

Glosarium: Power Strategy Canvas – Teori Kekuasaan French & Raven

Istilah	Definisi
Kekuasaan Sosial	Kemampuan seseorang untuk memengaruhi pikiran, perasaan, atau tindakan orang lain dalam suatu hubungan sosial atau organisasi.
Reward Power	Jenis kekuasaan yang berasal dari kemampuan memberikan penghargaan, hadiah, atau insentif. Bisa berupa bonus, promosi, atau pujian.
Coercive Power	Kekuasaan yang berasal dari kemampuan untuk menghukum atau memberikan konsekuensi negatif seperti teguran, sanksi, atau pengurangan fasilitas.
Legitimate Power	Kekuasaan formal yang berasal dari posisi atau jabatan seseorang dalam struktur organisasi. Sering disebut sebagai kekuasaan struktural.
Referent Power	Kekuasaan yang muncul dari daya tarik pribadi (karisma), identifikasi, atau hubungan emosional. Orang lain mengikuti karena mengagumi atau menghormati.

Istilah	Definisi
Expert Power	Kekuasaan yang berasal dari persepsi bahwa seseorang memiliki keahlian, pengetahuan, atau keterampilan khusus yang berharga.
Informational Power	Kekuasaan yang timbul dari kontrol terhadap informasi penting yang relevan untuk pengambilan keputusan atau keunggulan strategis.
Pengaruh (<i>Influence</i>)	Proses aktif menggunakan kekuasaan atau sumber daya interpersonal untuk mengubah atau membentuk sikap dan tindakan orang lain.
Resistensi (<i>Resistance</i>)	Reaksi penolakan terhadap penggunaan kekuasaan, bisa berupa perlawanan terbuka, kepatuhan pasif, atau penurunan motivasi.
Daya Tarik (<i>Attraction</i>)	Derajat ketertarikan atau keinginan seseorang untuk mengikuti seseorang karena persepsi positif terhadap kepribadian, integritas, atau keahlian mereka.
Legitimasi Sosial	Pengakuan dari pihak lain bahwa suatu bentuk kekuasaan adalah sah dan layak diikuti, baik secara formal maupun normatif.
Etika Kekuasaan	Prinsip moral yang mengatur cara kekuasaan digunakan—menghindari manipulasi, dominasi berlebihan, atau penyalahgunaan posisi.
Modal Sosial	Sumber daya tidak berwujud yang terdiri dari jaringan relasi, kepercayaan, dan pengaruh yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan organisasi atau pribadi.

Istilah	Definisi
Keseimbangan Kekuasaan	Situasi di mana berbagai bentuk kekuasaan digunakan secara proporsional dan sesuai konteks agar menghasilkan kepemimpinan yang sehat dan produktif.
Matrix Power-Resistance	Alat analisis untuk memetakan jenis kekuasaan terhadap tingkat resistensi atau penerimaan dari orang yang dipimpin.
Code of Influence	Panduan etika dan prinsip pribadi dalam menggunakan kekuasaan dan pengaruh dalam organisasi secara bertanggung jawab.
Leadership without Authority	Konsep kepemimpinan yang berlandaskan pengaruh personal (referent, expert, informational), bukan semata pada jabatan resmi.
Kepemimpinan Transformasional	Gaya kepemimpinan yang lebih mengandalkan referent dan expert power untuk menginspirasi, memberdayakan, dan mentransformasi pengikut.
Kepemimpinan Transaksional	Gaya kepemimpinan yang lebih mengandalkan reward dan coercive power untuk mengatur pertukaran kinerja dan hasil.

Berikut adalah  **Daftar Pustaka** untuk mendukung pembahasan *Teori Kekuasaan Sosial* dari French dan Raven, termasuk referensi utama, literatur akademik, serta sumber manajemen praktis yang relevan untuk pelatihan dan pendidikan kepemimpinan.

Daftar Pustaka: French & Raven's Bases of Social Power

Referensi Primer dan Klasik

1. **French, J. R. P., & Raven, B. (1959).**
The Bases of Social Power.
Dalam D. Cartwright (Ed.), *Studies in Social Power* (hal. 150–167).
Ann Arbor: Institute for Social Research, University of Michigan.
→ Ini adalah sumber asli teori 5 basis kekuasaan sosial.
2. **Raven, B. H. (1965).**
Social influence and power.
Dalam I. D. Steiner & M. Fishbein (Eds.), *Current Studies in Social Psychology*. Holt, Rinehart & Winston.
3. **Raven, B. H. (1993).**
The Bases of Power: Origins and Recent Developments.
Journal of Social Issues, 49(4), 227–251.
→ Penambahan basis ke-6 yaitu “Informational Power”.

Literatur Kepemimpinan dan Manajemen Organisasi

4. **Yukl, G. (2013).**
Leadership in Organizations (8th ed.). Pearson Education.
→ Bab tentang *Power and Influence Tactics*.

5. **Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019).**
Organizational Behavior (18th ed.). Pearson.
→ Teori kekuasaan dijelaskan dalam konteks perilaku organisasi dan komunikasi.
 6. **Northouse, P. G. (2016).**
Leadership: Theory and Practice (7th ed.). Sage Publications.
→ Menyediakan pendekatan sistematis terhadap sumber-sumber kekuasaan dalam kepemimpinan.
 7. **Mintzberg, H. (1973).**
The Nature of Managerial Work. Harper & Row.
→ Membahas bagaimana manajer menggunakan kekuasaan dalam praktik sehari-hari.
-

■ Sumber Pendukung Praktis & Digital Learning

8. **12Manage.com.**
French and Raven's Five Bases of Power (2024).
Tautan:
https://www.12manage.com/methods_french_raven_bases_social_power.html
→ Platform referensi untuk manajer dan pelatih organisasi.
 9. **MindTools.com.**
French and Raven's Five Forms of Power: Understanding Where Power Comes From in the Workplace.
→ Sumber praktis untuk pelatihan kepemimpinan.
-

■ Studi Terkait dan Aplikasi Kontemporer

10. **Cialdini, R. B. (2006).**
Influence: The Psychology of Persuasion. Harper Business.
→ Walaupun tidak berbasis langsung pada French & Raven, buku ini memperluas pemahaman pengaruh sosial.

11. **Goleman, D. (1998).**

Working with Emotional Intelligence. Bantam.

→ Hubungan antara kekuasaan interpersonal dan kecerdasan emosi.

 **Gaya Sitasi APA (Contoh Penggunaan dalam Tulisan Akademik)**

French, J. R. P., & Raven, B. (1959). The bases of social power. In D. Cartwright (Ed.), *Studies in Social Power* (pp. 150–167). University of Michigan.

Yukl, G. (2013). *Leadership in organizations* (8th ed.). Pearson.

Raven, B. H. (1993). The bases of power: Origins and recent developments. *Journal of Social Issues*, 49(4), 227–251

Kopilot:

ChatGPT 4o (2025). Access date: 24 May 2025. Prompting by [Rudy C Tarumingkeng](#) on Writer's account. <https://chatgpt.com/c/683128d8-a188-8013-b449-f9f446fbc3>