

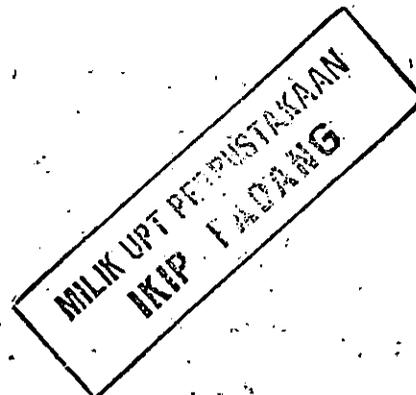
**DASAR-DASAR  
PSIKOLOGI KOMUNIKASI**



MILIK PERPUSTAKAAN IKIP PADANG

DITERIMA TGL.	18-8-78
SUMBER / HARGA	H /
KOLEKSI	K
NO. INVENTARIS	820 / K / 78 - 20 (2)
OLEH	153.6 Eva

**SUSI EVANITA  
131 668 038**



**PENDIDIKAN DUNIA USAHA  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
INSTITUT KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
PADANG  
1998**

## KATA PENGANTAR

Buku ini merupakan salah satu bahan bacaan untuk mempelajari seluk beluk komunikasi pada umumnya, khususnya menyangkut psikologi komunikasi. Telah lama terasa kurangnya bahan bacaan yang membahas permasalahan ini, terutama hal-hal mendasar dari psikologi komunikasi yang sosoknya semakin diperlukan dalam kehidupan sehari-hari, tidak saja bagi yang sedang mendalami bidang ilmu komunikasi, tetapi juga bagi ilmuwan atau calon ilmuwan lainnya.

Selain itu sebetulnya wujud komunikasi dan pembicaraan disekitarnya tidak asing dalam kehidupan kita sehari-hari, sehingga sebetulnya buku ini dapat digunakan/ diperlukan bagi semua orang yang ingin mengetahui/ mempelajari aktivitas terbanyak yang dilakukannya sehari-hari.

Semakin diperlukan bahan bacaan tentang psikologi ini telah mendorong penulis untuk mencoba menyusun buku ini. dengan harapan, betapapun sederhananya, kiranya dapat membantu pembaca untuk mempelajari sedikit-dikitnya bagian "kulit" dari fenomena komunikasi.

Mudan-mudahan dengan segala kekurangannya buku ini dapat turut membantu memperjelas bidang kajian psikologi komunikasi kepada para pembaca. Akhir kata. penulis mengharapkan tanggapan serta kritik membangun dari para pembaca yang budiman. agar nantinya dapat memperbaiki

dan meningkatkan tulisan ini.

bandung, Juli 1998

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
<b>BAB I. SEJARAH PERTUMBUHAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI</b> .....	<b>1</b>
A. Sejarah Pertumbuhan Psikologi pada Pendekatan Psikoanalisis .....	2
B. Sejarah Pertumbuhan Psikologi Kognitif .....	3
C. Sejarah Pertumbuhan Behaviorisme .....	5
D. Sejarah Pertumbuhan Humanistik .....	8
<b>BAB II. ALIRAN PANDANGAN PSIKOLOGI TERHADAP MANUSIA</b> .....	<b>9</b>
A. Aliran Behaviorisme .....	10
B. Aliran Psikoanalisis .....	13
C. Aliran Psikologi Humanistik .....	16
D. Kerelevanan Aliran tersebut dalam Era Keterbukaan Sekarang Ini .....	18
E. Alternatif Lain .....	21
<b>BAB III. RUANG LINGKUP PSIKOLOGI KOMUNIKASI MULAI DARI INTRA KOMUNIKASI SAMPAI DENGAN KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA</b> .....	<b>22</b>
A. Level Intra Komunikasi .....	22
1. Perhatian .....	22
2. Sensasi .....	23
3. Persepsi .....	24
4. Memory .....	24
5. Berpikir .....	25
B. Level Komunikasi Interpersonal .....	26
1. Proses pembentukan kesan .....	27
2. Pengolahan kesan .....	28
3. Kondep diri .....	29
4. Atraksi interpersonal .....	30
5. Tahap-tahap atraksi interpersonal .....	30
C. Level Komunikasi Kelompok .....	31
D. Level Komunikasi Organisasi .....	34
E. Level Komunikasi Massa .....	35

MILIK UPT PERPUSTAKAAN  
 IKIP FADANING

	r. Level Komunikasi Antar Budaya .....	38
BAB	IV. KOMPONEN KOMUNIKASI .....	46
	A. Psikologi Komunikator .....	48
	1. Dimensi-dimensi ethos .....	48
	2. Jenis-jenis kredibilitas dan faktor yang mempengaruhinya .....	49
	3. Atraksi, Heterofili, Homofili, dan Kekuasaan .....	51
	B. Psikologi Pesan .....	58
	1. Bahasa dan pembentukannya pada manusia .....	58
	2. Pesan verbal, non verbal dan karakteristiknya .....	61
	3. Organisasi pesan .....	63
	4. Struktur pesan .....	65
	5. Imbauan pesan .....	66
	C. Psikologi Media .....	68
	1. Pandangan psikologis tentang saluran komunikasi tatap muka dengan komunikasi bermedia .....	69
	D. Psikologi Komunikasi dari sudut Karakteristik teknik mendengar .....	70
	1. Karakteristik sosial komunikan .....	70
	2. Teknik mendengar yang efektif .....	71
BAB	V. PENERAPAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI TERHADAP ANTROPOLOGI, SOSIOLOGI, BAHASA, DAN TEKNOLOGI .....	73
	A. Penerapan Psikologi Komunikasi Terhadap Antropologi .....	75
	B. Penerapan Psikologi Komunikasi Terhadap Sosiologi .....	77
	C. Penerapan Psikologi Komunikasi Terhadap Bahasa .....	78
	D. Penerapan Psikologi Komunikasi Terhadap Teknologi .....	79
	DAFTAR PUSTAKA .....	80

## BAB I

### SEJARAH PERTUMBUHAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI.

Dengan berpijak pada definisi psikologi komunikasi yang dikemukakan Rakhmat (1986:12) yang menyatakan bahwa psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan dan mengendalikan peristiwa mental dan behavioral dalam proses dimana seseorang menyampaikan stimuli untuk mengubah tingkah laku yang lain. Komunikasi adalah peristiwa sosial; yaitu peristiwa yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia yang lain. Analisa peristiwa sosial ini membawa kita pada kajian psikologi sosial, karena itu kita cenderung untuk meletakkan psikologi komunikasi sebagai bagian psikologi sosial. Karena itu sejarah pertumbuhan psikologi sosial juga merupakan sejarah pertumbuhan psikologi komunikasi.

Dari uraian di atas, dapat dilihat bahwa kajian psikologi komunikasi menyangkut peristiwa mental yang terjadi dalam diri manusia, maka kajiannya juga akan terfokus pada kajian tentang manusia. Oleh sebab itu banyak teori dalam ilmu komunikasi dilatarbelakangi konsepsi psikologi tentang manusia. Untuk itu ada empat pendekatan psikologi dalam memandang manusia, yaitu; psikoanalisis, yang memandang manusia sebagai makhluk yang *homo volens*; behaviorisme, yang memandang manusia sebagai *homo mechanicus*; psikologi kognitif, yang memandang manusia sebagai *homo sapiens*; dan psikologi humanistik, yang memandang manusia sebagai *homo iudens*. Dengan berpijak pada empat pendekatan ini, maka sebetulnya sejarah pertumbuhan psikologi komunikasi juga dibedakan berdasarkan pendekatan ini.

MILIK  
11/11

## A. Sejarah Pertumbuhan Psikologi Komunikasi pada Pendekatan Psikoanalisis.

Pada psikoanalisis terdapat beberapa orang tokoh, diantaranya Freud, Jung, dan Adler.

### 1. Sigmund Freud (1856-1939)

Terkenal dengan teori psikoanalisa. Teori ini berfungsi sebagai teori kepribadian, sebagai teknik analisa kepribadian, dan sebagai metode terapi. Freud mendasarkan teorinya pada dua ide, yaitu pertama bahwa tingkah laku manusia dikuasai oleh naluri-naluri irrasional terutama naluri seks, dan yang kedua bahwa sebagian kecil dari pikiran dan kegiatan manusia muncul dari proses mental yang disadari, yang paling besar yang mempengaruhi adalah ketidaksadaran. Berdasarkan dua ide dasar inilah Freud membagi kepribadian manusia menjadi tiga subsistem; *id*, *ego*, dan *super ego* yang beroperasi pada bagian ketidaksadaran.

### 2. Carl Gustaf Jung (1875-1961 SM)

Teori yang dikemukakan berbeda dengan teori Freud yang bersifat mekanistik dan berdasarkan alam. Sedangkan konsepsi teori Jung ini, mengenai kepribadian yang menginterpretasikan manusia dari sudut filsafat, agama, dan mistik. Tetapi sebagaimana Freud, dalam menerangkan kepribadian Jung menggunakan konsep libido.

### 3. Alfred Adler (1870-1937)

Ia menulis tentang *Organ Inferiority* yang mengatakan bahwa setiap manusia pada dasarnya mempunyai kelemahan organis, yang mendorong manusia untuk menggunakan akalnyanya. Teori ini sering juga disebut sebagai "teori psikologi individual", yang menyatakan bahwa organ inferiority pada individu tidaklah sama.

### 4. Granville Stanley Hall (1844-1924)

Teori dikenal sebagai teori evolusi. Ia dianggap seolah-olah menerapkan teori evolusi dari Darwin pada

perkembangan jiwa.

5. Gustav Le Bon (1841-1931)

Ia banyak berbicara tentang konformitas, alienasi, dan kepemimpinan dalam kelompok. Ia terkenal sebagai tokoh psikologi sosial. Ia mencoba menerangkan tingkah laku kelompok dengan teori ketidaksadaran, dan dorongan irrasional.

6. Erich Fromm (1902-1980)

Teorinya termasuk pada aliran modern yang menentang teori Freud tentang pentingnya id. Bagi Fromm kebajikan manusia - Kemampuan untuk menyayangi, dorongan untuk berbuat adil dan benar - merupakan pementingan diri sendiri yang manusiawi. Tulisan Fromm juga merupakan contoh penganut terakhir dari Freud yang menekankan pentingnya masyarakat bagi kepribadian manusia.

7. Erik Erikson (1902)

Erikson terkenal karena revisinya terhadap teori perkembangan Freud. Teorinya berbeda dari teori Freud dalam beberapa ketentuan penting; pertama di dalam sistem Erikson, ego berfungsi (seperti kemampuan untuk menghadapi tantangan dan menguasai kesulitan) adalah lebih sulit dibanding dengan perjuangan id (pemuasan fisik); kedua, Erikson menggunakan istilah sosial (Freud menyebut fase psikoseksual, Erikson menyebut dengan istilah psikososial), ketiga, Erikson memiliki skema perkembangan anak yang lebih luas dari yang dikemukakan Freud.

**B. Sejarah Pertumbuhan Psikologi Kognitif**

Pendekatan ini memandang manusia sebagai makhluk yang selalu berpikir, oleh karena itu pendekatan ini mempunyai kelebihan rasionalisme daripada empirisme. Dilihat dari sejarahnya psikologi kognitif ini memang diasali Immanuel Kant, René Descartes, sampai pada Plato.

### 1. Plato (427-347 SM)

Ia merupakan murid dan pengikut socrates yang setia, sehingga banyak pandangannya diwarnai padangan gurunya tersebut. Menurut Plato dunia kejiwaan berisi ide-ide yang berdiri sendiri dan sama sekali terlepas dari pengalaman hidup sehari-hari. Menurutnya keadaan jiwa seseorang dan perkembangannya dipengaruhi terutama oleh fungsi berpikir orang yang bersangkutan. Karena pandangan itulah Plato dijuluki sebagai seorang yang rasionalis.

### 2. Rene Descartes (1596-1650)

Konsep Descartes tentang psikologi adalah ilmu yang mempelajari kesadaran. Menurutnya, meskipun manusia dalam tingkah lakunya tunduk pada hukum-hukum mekanis sampai pada taraf-teraf tertentu, manusia masih kesempatan untuk memilih. Karena adanya kebebasan memilih ini maka manusia bertingkah laku mandiri (*self initiated behavior*). Dalam pemilihan ini akal yang paling penting. Karena itu ia juga disebut penganut paham rasionalisme.

### 3. Kurt Lewin (1890-1947)

Lewin banyak mempelajari motivasi dan melakukan penelitian tentang intuisi, harapan, substitusi dari tugas dan kejenuhan. Hasil penelitiannya membawa pada kesimpulan bahwa persepsi dan tingkah laku seseorang tidak hanya ditentukan oleh totalitas rangsangan, tetapi ditentukan oleh kekuatan yang ada dalam lapangan psikologis seseorang. Teori ini disebut sebagai teori lapangan atau disebut juga sebagai topologi. Salah satu teorinya yang paling penting adalah teori konflik.

### 4. Heider

Teorinya bertitik tolak dari perasaan-perasaan yang ada pada seseorang tentang orang lain dan pihak lain menyangkut orang pertama dan orang kedua, yang diurai-

kan dalam tulisannya yang berjudul: *Attitudes and Cognitive Organization* (1946).

#### 5. Festinger

Teorinya banyak dipengaruhi oleh pandangan K. Lewin. Dalam teorinya, sektor-sektor dalam lapangan kesadaran disebut dengan elemen-elemen kognisi. Elemen-elemen ini saling berhubungan satu sama lain, yang dapat dibedakan dalam tiga jenis hubungan, yaitu: hubungan yang tidak relevan, yang tidak akan menghasilkan reaksi apa-apa pada seseorang; hubungan disonan, menimbulkan perasaan tidak senang, janggal, penasaran, aneh, tidak puas dan sebagainya sehingga mendorong seseorang untuk mencapai hubungan yang konsonan; hubungan konsonan, yang akan menimbulkan perasaan puas. Awal tahun 1970-an teori disonasi ini mendapat kritikan, dan muncul konsepsi manusia sebagai pengolah informasi. Dalam konsep ini, manusia bergeser dari orang yang suka mencari justifikasi menjadi orang yang secara sadar memecahkan persoalan. Perilaku manusia dipandang sebagai produk strategi pengolahan informasi yang rasional, meskipun pada kenyataannya tidak serasional dugaan tersebut. Bahkan penilaian orang sering didasarkan pada informasi yang tidak lengkap dan kurang begitu rasional.

#### C. Sejarah Pertumbuhan Behaviorisme

Behaviorisme hanya menganalisa perilaku manusia yang nampak saja dan dapat diukur, dilukiskan, dan diramalkan. Pada dasarnya dikembangkan sebagai reaksi dari teori psikodinamik yang hanya memperhatikan kejadian-kejadian subyektif yang tak dapat diamati dan diukur.

1. Aristoteles (384-322 SM)

Dia berkeyakinan bahwa segala sesuatu yang berbentuk kejiwaan (*form*) harus menempati suatu wujud tertentu (*matter*). Wujud ini pada dasarnya merupakan ekspresi jiwa. Pandangan ini berbeda dengan Plato yang percaya bahwa segala sesuatu bermula dari rasio.

2. Thomas Hobbes (1588-1679)

Dia mengemukakan teori mekanis, yang membedakan antara dasar dan tujuan dari tingkah laku. Dua motivasi dasar dari tingkah laku adalah selera atau nafsu untuk mendekati sesuatu dan kecenderungan untuk meninggalkan atau membenci sesuatu. Dilain pihak tujuan tingkah laku adalah untuk memenuhi kepentingan dirinya sendiri. Menurut Hobbes semua orang pada dasarnya bersifat mementingkan diri sendiri, tetapi dalam rangka melindungi dirinya manusia terpaksa harus mengakui hak-hak orang lain.

3. John Locke (1623-1704)

Teorinya yang sangat penting adalah bahwa jiwa manusia pada saat dilahirkan adalah bagaikan sebuah *tabula rasa*. Karena itu menurut Locke, pengalamanlah yang paling penting dalam pembentukan jiwa seseorang. Pengalaman adalah satu-satunya jalan menuju pemilikan pengetahuan. Bukan ide yang menghasilkan pengetahuan tetapi keduanya adalah produk pengalaman.

4. George Berkeley (1685-1753)

Pahamnya banyak bertentangan dengan John Locke. Dia cenderung menyetujui paham Descartes yang sangat mengutamakan rasio. Menurutnya wujud bukanlah realita, yang riil hanyalah segala sesuatu yang ada dalam jiwa, yaitu ide.

5. John Broadus Watson (1878-1958)

Menurut Watson, organisme dilahirkan tanpa sifat-sifat sosial atau psikologis, perilaku adalah hasil pengala-

7

man yang dimotivasi atau digerakkan oleh kebutuhan akan kesenangan dan mengurangi penderitaan. Pendapat Watson ini sebenarnya tidak orisinal, karena pendapat ini sudah dikemukakan sebelumnya oleh Lange, Paylov, dan McDougall, hanya Watson mengemukakannya lebih ekstrim.

6. Edwin B. Holt (1873:1946)

Holt mengatakan bahwa tingkah laku manusia mempunyai tujuan, bukan rangkaian refleks belaka. Dengan demikian manusia pada dasarnya dinamis, karena tujuannya selalu berubah.

7. Edward Chase Tolman (1886-1959)

Tolman menyebut tingkah laku manusia secara keseluruhan dengan tingkah laku *molar*, yang terdiri dari bagian-bagian yang lebih kecil yang disebut dengan tingkah laku *molekular*.

8. B.F. Skinner

Pandangan Skinner terhadap tingkah laku sepenuhnya ditentukan oleh stimulus, tidak ada faktor antara lainnya. Teori ini dikenal dengan nama teori S - R.

9. Walter Mischel (1973)

Teorinya merupakan gambaran yang paling bagus tentang behaviorisme kognitif yang mempertimbangkan interaksi antara pribadi dengan situasi. Menurut Mischel tingkah laku merupakan hasil saling berhubungan antara karakteristik pribadi dengan lingkungan. Menurut Mischel faktor eksternal (siapa yang bicara, dimana/tempat, cuaca) akan mempengaruhi tingkah laku seseorang disamping pengaruh internal (kebiasaan, harapan, nilai yang dianut, dan sebagainya)

#### D. Sejarah Pertumbuhan Humanistik

Kaum humanistik sama sekali tidak setuju dengan pandangan kaum behavioris yang agaknya pragmatis terhadap eksistensi manusia. Oleh sebab itu pandangan humanistik mengutamakan aspek eksistensi manusia yang positif seperti cinta, kreativitas, nilai, makna, dan pertumbuhan pribadi. Pandangan ini beranggapan bahwa tingkah laku manusia dengan sadar, bebas, dan bertanggungjawab dibimbing oleh daya positif yang berasal dari dalam dirinya sendiri ke arah pemekaran seluruh potensi manusiawinya secara penuh.

##### 1. Abraham Maslow (1908-1970)

Dalam teorinya Maslow membedakan motivasi manusia berdasarkan tingkat kebutuhannya, yaitu; kebutuhan dasar, dan meta kebutuhan. Secara rinci Maslow mengurutkan tingkat kebutuhan manusia sebagai berikut; kebutuhan fisik, kebutuhan keamanan, kebutuhan cinta dan menjadi anggota suatu kelompok, kebutuhan akan harga diri dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Selanjutnya Maslow berpendapat bahwa ilmu pengetahuan klasik mekanistik, seperti behaviorisme tidak cocok untuk mempelajari seluruh pribadi.

##### 2. Carl Rogers (1902-1977)

Teorinya terkenal dengan teori self. Dalam teorinya Rogers berpendapat bahwa dalam diri seseorang terdapat potensi untuk tumbuh sehat dan kreatif. Kegagalan untuk mewujudkan potensi disebabkan oleh pengaruh yang bersifat menjerat dan keliru dari latihan yang diberikan oleh orang tua serta pengaruh sosial lainnya.

Dalam menyusun sejarah pertumbuhan psikologi komunikasi ini secara sistematis, penulis tidak memasukkan sumber ke dalam badan tulisan, dengan alasan kemudahan dalam menyusunnya. Untuk itu penulis menuliskan buku sumber pada akhir tulisan ini.

## BAB II

### ALIRAN PANDANGAN PSIKOLOGI TERHADAP MANUSIA

Aliran-aliran psikologi tentang perilaku komunikasi banyak dikembangkan oleh tokoh-tokoh psikologi. Dalam ilmu komunikasi serta dalam pengembangannya tentang manusia banyak dipraktekkan aliran-aliran psikologi seperti Psikoanalisis, Psikokognitif, Behaviorisme, dan Psikologi Humanistik.

Aliran-aliran persuasi sudah lama menggunakan konsepsi psikoanalisis yang melukiskan manusia sebagai makhluk yang digerakkan oleh keinginan-keinginan terpendam (Homo volens). Aliran Jarum Hipodermik, karena dalam model ini dikesankan seakan-akan komunikasi "disuntikkan" langsung ke dalam jiwa komunikan. Sebagaimana akan disimpan dan disebarkan dalam tubuh sehingga terjadi perubahan dalam sistem fisik, begitu pula pesan-pesan persuasif mengubah sistem psikologis (Rakhmat, 1985: 69).

Aliran Jarum Hipodermik ( yang menyatakan media massa sangat berpengaruh) dilandasi konsepsi behaviorisme yang memandang manusia sebagai makhluk yang digerakkan semuanya oleh lingkungan (Homo Mechanicus). Teori pengolahan informasi jelas dibentuk oleh konsepsi psikologis kognitif yang melihat manusia sebagai makhluk yang aktif mengorganisasikan dan mengolah stimuli yang diterimanya (Homo Sapiens). Aliran-aliran komunikasi interpersonal banyak dipengaruhi oleh konsepsi psikologi humanistik yang menggunakan manusia sebagai pelaku aktif dalam merumuskan strategi transaksional dengan lingkungannya (Homo Lundsens) (Rakhmat, 1991: 18).

Pembahasan lainnya tentang aliran psikologi dalam pandangan hidup manusia ini secara mendalam, lengkap dikupas oleh Borden Stone (1976:5-18) dalam bukunya *Human*

*Communication, The Process of Relating.* Untuk membahas aliran tersebut marilah kita lihat satu persatu.

#### A. Aliran Behaviorisme

Secara emperikal aliran behavioristik ini dikembangkan oleh beberapa tokoh psikologi terutama John Watson, Clark Hull dan B.F Skinner. Asumsi dasar mereka timbul dari hasrat untuk menjadikan studi behavioristik sebagai ilmu murni, karena itu psikologi dalam konteks behavioral ini adalah cabang dari ilmu alam. Tujuan teoritisnya adalah untuk mengembangkan teori perilaku manusia yang sederhana dan berdiri sendiri.

Sebagaimana kita ketahui psikologi merupakan ilmu yang mempelajari tentang tingkah laku manusia. Dengan kata lain behaviorisme mempelajari gerak gerik, tindakan dan proses dari keseluruhan tingkah laku manusia. Artinya konsekuensi behaviorisme dipengaruhi oleh lingkungan, kebudayaan, sosial kemasyarakatan, dan informasi yang diterimanya. Dengan demikian konsep psikologi behaviorisme mempelajari tiga tingkatan proses yaitu: pertama, terjadi dari (*objective understanding, behavior*) dan memahami obyek psikologi dari lingkungan, atau ditentukan oleh lingkungan. Kedua berusaha untuk mengembangkan prosedur yang terjadi atau meramalkan perilaku (*prediction of behavior*). Ketiga adalah *control of behavior*, artinya mengembangkan teknik perilaku (Paul Swartz, 1963: 43). Jadi kerangka acuan dari konsep behaviorisme adalah suatu aktivitas yang dikonsepsikan berdasarkan pengaruh lingkungan sehingga menjadi suatu organisme.

Tegasnya behaviorisme dikonsepsikan dengan proses *instinctive behavior* yang meliputi organisme yang muncul, seperti naluri hewani yang ditentukan oleh genetik. Dan *instinctive behavior* yang berkembang sepenuhnya atau dengan organisasi yang kompleks yang dibarengi oleh belajar.

(Clifford T. Morgan dan Richard A. King, 1971: 34).

Dengan kata lain instinctive of behavior adalah mempunyai pengaruh yang langsung dari evolusi warisan seperti kebiasaan, kebudayaan, maupun ditinjau dari perspektif sosial sekaligus menjadi suatu organisme. Pokoknya konsep psikologi behavior ialah suatu proses yang ambil bagian keadaan istimewa sekaligus mengorganisasikan organisme dan stimulus object.

Untuk lebih jelasnya behavior dilihat dari tiga pandangan, pertama dari perspektif biologi. Pandangan behavior terhadap manusia sama dengan hewan, seperti makan, minum, dan tidur. Akhirnya kita beradaptasi dengan lingkungan. Tabiat hewan ini seperti melihat, mendengar, tersenyum, senang, gembira, dan sedih.

Yang kedua behavior dilihat dari perspektif individual sebagai contoh manusia bekerja, bermain, berfikir, dan bekerjasama. Di sini terjadi proses behavior terjadi apabila kita berpikir bagaimana kita belajar, berpikir dan merasakan, tegasnya manusia sebagian besar berhadapan dengan lingkungan berdasarkan aksi mereka. Kegiatan ini kita lihat bagaimana kita membutuhkan informasi, melihat, dan mendengar sehingga manusia harus membuat perencanaan, bagaimana berpikir untuk bekerja, pendek kata manusia harus berpikir dan mempunyai imajinasi.

Selanjutnya ketiga behavior dilihat dari perspektif sosial. Perspektif sosial berfokus pada cara kita bertindak dan bagaimana kesiapan kita hidup bermasyarakat. Kita hidup dalam kelompok tergantung kepada yang lain yakni untuk cinta, kesenangan, dan keamanan. Kita melihat semua anak-anak harus belajar dari keluarga mereka, kelompok, dan masyarakat. Pokoknya sebagian waktu dihabiskan untuk yang lainnya. Pendek kata behavior dilihat perspektif sosial merupakan interaksi antara orang dan masyarakat (Arnold H. Buss, 1978: 7).

Behaviorisme merupakan aliran psikologi yang memandang perilaku manusia dihasilkan oleh pengalaman dan perilaku digerakkan oleh motivasi. Tepatnya behaviorisme adalah memandang tindakan nyata saja atau tindakan eksternal bukan internal motivation yang dapat diamati. Manusia belajar dari pengalaman lingkungan kebudayaan, sosial, dan sistem kemasyarakatan. Para ahli psikologi behaviorisme memandang manusia bahwa manusia mulanya tidak tahu apa-apa laksana sebatang lilin, akan tetapi yang membentuk mereka adalah lingkungan tempat mereka berada dan berkiprah. Inilah asumsi-asumsi dasar dari behaviorisme.

Dalil yang muncul dari upaya tersebut adalah *stimulus response* yang menyatakan bahwa obyek hanya memberikan response tersebut tergolong dalam jenis perilaku tertentu yang disebut norma. Apabila kita dapat mengendalikan stimulus dan mengukur response, maka kita akan dapat mengetahui perilaku normatif seseorang. Oleh karena itu perilaku akan dapat diprediksi pada saat stimulus terjadi.

Dengan demikian berarti model dasar kaum behavioris pada dasarnya merupakan model teori belajar yang menganggap bahwa melalui peneguhan perilaku yang dapat diterima, dapat diketahui struktur masyarakat. Dalam pandangannya ada tiga asumsi pokok mengenai sifat dasar manusia (Stone, 1976: 6-7), yaitu:

1. asumsi yang menyatakan bahwa perilaku dipelajari dengan membentuk asosiasi. Asosiasi ini dapat disebut kebiasaan, refleksi, atau hubungan antara response dengan peneguhan hal-hal yang memungkinkan dalam lingkungan. Asosiasi ini merupakan jenis hubungan internal antara stimulus dari luar dengan response yang ditimbulkan. Asosiasi ini dianggap akumulatif. Perilaku manusia dianggap seperti mesin yang terdiri dari bagian-bagian yang saling bergantung satu sama lain sehingga stimulus dari suatu bagian akan menimbulkan response pada bagian

lainnya.

2. Asumsi yang menyatakan pada dasarnya bersifat *hedonistik*, berupaya mencari kesenangan dan menghindari kesulitan. Pada dasarnya asumsi tersebut merupakan suatu model yang menyampingkan perilaku tertentu seperti derma, cinta, atau *altruisme*. Ia bekerja atas dasar peneguhan; semakin diperoleh umpan balik yang diharapkan, semakin mudah untuk melanjutkan perilaku.
3. Asumsi yang menyatakan bahwa perilaku pada dasarnya ditentukan oleh lingkungan. Oleh karena perilaku merupakan fungsi asosiasi antara tindakan dengan peneguhan, dan semua peneguhan berasal dari lingkungan, dan dengan menggunakan lingkungan orang pada akhirnya dapat menghasilkan perilaku yang diinginkan.

#### B. Aliran Psikoanalisis

Pelopop utama dari aliran psikoanalisis ini adalah Sigmund Freud, tokoh lainnya adalah Carl Young dan E. Erikson.

Konsep manusia dalam psikoanalisis merupakan konsep dasar dari aliran psikologi yang menelaah manusia secara naluriah sekaligus struktur jiwa insan. Menurut Freud, kekuatan-kekuatan mental yang tak terlihat dan keberadaannya hanya dapat dipikirkan, merupakan sesuatu yang mengontrol perilaku manusia. Atau dengan kata lain dapat dikatakan bahwa pikiran bawah sadar dalam diri manusia memegang peranan sentral.

Sudut pandang psikoanalisis adalah totalitas dari manusia itu sendiri yang mempengaruhi kepribadiannya. Teori kepribadian yang dikembangkan ini merupakan penemuan baru bagi ilmu psikologi. Dasar aliran psikoanalisis ini adalah pengalaman mental manusia sebagai sebuah gunung es yang terapung di tengah samudra yang hanya sebagian kecil yang tampak, sedangkan yang lainnya tidak nampak. Itulah

lapangan ketidaksadaran mental manusia berupa pikiran kompleks, perasaan dan keinginan bawah sadar yang tidak dialami secara langsung tetapi ia terus mempengaruhi tingkah laku manusia (M. Ali Suf-Sabri, 1993: 30).

Dalam periode pertama Freud membedakan tiga level dalam psikis: "Yang tak sadar", "yang prasadar", dan "yang sadar". Yang tak sadar atau ketidaksadaran meliputi apa yang terkena represi, yang prasadar meliputi apa yang dilupakan, tetapi dapat diingat kembali tanpa perantara-an psikoanalisa. Freud menekankan bahwa yang tak sadar dan yang prasadar, termasuk dua sistem yang berbeda-beda. Sebetulnya yang prasadar membentuk suatu sistem dengan "yang sadar" atau kesadaran. Yang prasadar bersama kesadaraan merupakan Ego. Antara sistem tak sadar dan sistem sadar memainkan peranan apa yang disebut "sensor". Setiap unsur tak sadar yang mau masuk kesadaran, lebih dahulu akan meliwati sensor itu (Sigmund Freud, 1984: xxiii).

Kosekuensi logis dari aliran psikoanalisis ini adalah alam bawah sadar manusia yang sebagian tidak tersembunyi mempunyai pengaruh langsung terhadap psikis manusia.

Di samping itu Freud mempunyai teori naluri kematian dan naluri kehidupan. Naluri kehidupan meliputi baik kecendrungan untuk mempertahankan Ego (the conservation of the individual) maupun kecendrungan untuk melangsungkan jenis (the conservation of the species), baik libido narsistis maupun libido berobyek. Tujuan-tujuan naluri kehidupan ialah pengikatan, artinya mendapatkan kesatuan yang semakin erat dan karena itu semakin mantap.

Sedangkan naluri kematian bertujuan untuk menghancurkan dan menceraikan apa yang sudah bersatu, karena tujuan akhir setiap makhluk hidup ialah kembali ke keadaan unorganik. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa baik naluri kehidupan maupun naluri kematian bersifat "konservatif". Artinya kedua-duanya berusaha untuk mempertahankan suatu

keadaan yang lebih dahulu. Naluri kehidupan berusaha untuk mempertahankan kehidupan yang sudah ada, sedangkan naluri kematian berusaha untuk mempertahankan keadaan unorganik (Sigmund Freud, 1984: xxxviii).

Model sifat dasar manusia yang dikemukakan oleh Freud merupakan model psikodinamik yang menyerupai sistem hidrolik dengan tiga bagian (id, ego, dan superego) bekerja pada semua tingkat kesadaran (bawah sadar, menjelang sadar, sadar), berada dibawah dua prinsip perilaku dan didorong oleh dua kebutuhan primer (seks dan agresi).

Menurut Freud, perilaku manusia merupakan hasil interaksi tiga subsistem dalam kepribadian manusia, yaitu id, ego, dan super ego. Id bagian kepribadian yang menyimpan dorongan biologis manusia (Rakhmat, 1991: 19). Id adalah tidak dapat dilalui (dicapai), tidak jelas, dan tidak diorganisasikan dari personalitas, Id tidak mempunyai nilai, etika, dan moral (Gartner Lindey dan Elliot Aronson, 1968: 249). Dengan kata lain Id adalah kebiasaan, dorongan, hasrat, dan tabiat hewan yang dimiliki oleh manusia.

Sedangkan unsur kedua adalah Ego, yaitu sesuatu dorongan yang diorganisasikan dari personalitas, ia mencakup fungsi pemikiran, persepsi, belajar, memory, dan penalaran. Kedudukan posisi sentral dari personalitas antara Id dan dunia luar, serta Id dan super ego. Fungsi utama dari ego adalah untuk memelihara keseimbangan dalam sistem kejiwaan, ego sering menghentikan gejolak Id. Ego dapat meramalkan kehidupan dan kemungkinan bahaya yang mungkin timbul (Gartner Lindzey dan Elliot Aronson, 1968: 251).

Dengan kata lain Ego menjembatani tuntutan Id dengan realitas dunia luar. Ego sebagai mediator antara hasrat-hasrat hewani dengan tuntutan rasional dan realistik (Rakhmat, 1991: 20). Jelasnya ego adalah sebagai kontroling dalam kehidupan nyata. Apa seseorang bertindak untuk

melakukan sesuatu dipertimbangkan oleh Ego.

Yang terakhir adalah super ego yang mewakili moralitas dan berusaha untuk kesempurnaan serta bertindak menurut naluriah (Gartner Lindzey dan Elliot Aronson, 1968: 255). Tegasnya dalam psikoanalisis perilaku manusia merupakan interaksi antara kemampuan biologis (id), komponen psikologis (ego), dan komponen sosial (super ego); atau unsur animal, rasional dan moral (hewani, akali, dan nilai) (Rakhmat, 1991: 20).

Di sisi lain, aliran ini membagi proses berpikir kepada dua kategori yaitu:

1. Berpikir primer; pada tingkat ini masih berpikir primitif, dan bersifat tak sadar. Hal ini biasanya terjadi dalam mimpi. Pada level ini pikiran hanya untuk kesenangan, dan selalu menghindari kesulitan.
2. Berpikir sekunder; berpikir sekunder ini dapat menghubungkan pengalaman-pengalaman yang lalu dengan kejadian-kejadian saat ini secara koheren, sistematis, dan terorganisir serta mempunyai kemampuan untuk membedakan rangsangan-rangsangan dari luar.

Psikoanalisis mempelajari dan menelaah kepribadian manusia dan hakekat manusia yang hidup sebagai tabiat hewani, pertimbangan rasional dan moral. Karena aliran ini dikembangkan oleh Freud sehingga paham ini juga disebut Freudian. Asumsinya, bahwa manusia dipengaruhi oleh instink, atau hayal, moralitas dan naluriah. Dan nampaknya manusia juga dipengaruhi oleh kognitif.

### C. Aliran Psikologi Humanistik

Gerakan psikologi humanisme merupakan mazhab ketiga dari psikologi yaitu psikoanalisis dan psikologi behaviorisme, yang dipelopori oleh Abraham Maslow. Psikologi humanistik menjadi jawaban kesiapan dan ketidakpuasan terhadap teori psikoanalisis yang menganggap manusia

dipahami oleh naluri primitifnya. Dan psikologi behaviorisme dianggap manusia sebagai mesin.

Psikologi humanistik bertujuan untuk menjadi studi tentang manusia, tentang sifat dan keberadaannya sebagai butir utama dari psikologi humanistik dan menitikberatkan pada nilai prestasi, penghargaan dan aktualisasi diri.

Psikologi humanistik dihubungkan berdasarkan konsep tentang manusia sebagai makhluk yang kreatif yang dikendalikan bukan oleh kekuatan-kekuatan dari luar maupun oleh kekuatan-kekuatan tak sadar, melainkan oleh nilai-nilai dan pilihan-pilihannya sendiri. Abraham H. Maslow memberikan nama "kekuatan ketiga" kepada psikologi humanistik (Henryk Misiak & Virginia Staudt Seton, 1988: 152). Dengan kata lain psikologi humanistik merupakan ilmu pengetahuan tentang manusia diperuntukkan untuk manusia.

Abraham Maslow sebagai penemu teori psikologi humanistik sekaligus merangkum sintesis tiga pendekatan yakni kalistik, motivasional, dan kultural. Beliau menghadirkan teorinya tentang meta-motivasi yang berhubungan dengan pertumbuhan. Maslow menguraikan lima kebutuhan yaitu fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan cinta dan rasa memiliki, kebutuhan akan kaya diri, kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri.

Konsep-konsep psikologi humanistik telah diterapkan pada kelompok-kelompok pendidikan, bisnis, dan psikoterapi. Maslow berpandangan bahwa psikologi harus manusiawi, lebih memperhatikan pada masalah-masalah kemanusiaan ketimbang masalah keorganisasian sekaligus psikologi harus menaruh perhatian pada ilmu pengetahuan moral estetika dan etika.

- Yang lebih penting dari aliran psikologi humanistik ini adalah memberikan perhatian khusus kepada ciri-ciri dan kesanggupan-kesanggupan yang menjadikan manusia unik. Dan ciri psikologi humanistik lebih memusatkan perhataan

pada pesan simpati penekanan pada kualitas yang khas misalnya, kreatifitas menilai dan realisasi diri. Akhirnya memberikan perhatian yang penuh untuk meletakkan nilai-nilai yang tinggi pada kemanusiaan dan martabat manusia dan tertarik pada perkembangan potensi yang inheren pada setiap individu (Hendryk Misisk & Viginia Staudt Sekton, 1988: 159).

Namun demikian psikologi humanistik mendapat kritik pedas. Para kritikus memandang psikologi humanistik sebagai modal, slogan, dan teriakan ketimbang suatu kekuatan nyata. Di lain pihak mereka menganggap psikologi humanistik terlalu lemah, tidak sanggup menghasilkan tindakan nyata.

Aliran psikologi humanistik menerangkan pada unsur kemanusiaannya, nilai, dan marah serta menciptakan suasana bathiniah yang nyaman. Manusia nampak makhluk yang memper-tahankan kebutuhan diri serta mengaktualisasikan dirinya, sesuai dengan kehendaknya.

Konsep utama yang disumbangkan humanisme Renaissance adalah konsep mengenai martabat dan kebebasan serta kemampuan untuk mengetahui dan mengekspresikan perasaan, pikiran dan pengalaman. Kaum eksistensialis melengkapi psikologi humanistik dengan hal-hal pokok tentang manusia, termasuk fokusnya kepada perkembangan pribadi. Jadi perhatian terhadap individualitas dan peranan etika dalam pengambilan keputusan memungkinkan integritas pilihan yang bertentangan dengan fungsi sosial. Penekanannya adalah pada ketidakadaan arti, yaitu suatu peristiwa hanya berarti apabila seseorang terlihat di dalamnya.

#### D. Pendapat penulis tentang kerelevanan aliran-aliran tersebut

dalam era keterbukaan sekarang ini.

Bila diamati konsepsi dari ketiga aliran psikologi di

atas, maka yang masih relevan dengan era keterbukaan sekarang ini adalah aliran humanistik. Pendapat ini dilandasi dengan alasan sebagai berikut;

Era keterbukaan pada dasarnya ditandai dengan semakin tergantungnya manusia satu sama lain. Manusia tidak mungkin untuk bisa memenuhi kebutuhannya tanpa bantuan orang lain. Bila dilihat di sekeliling kita, mana ada individu, kelompok, masyarakat ataupun bangsa yang bisa hidup dan berkembang dengan mengisolasi diri dari orang lain, kelompok lain, masyarakat lain, atau bangsa lain. Era keterbukaan atau sering juga disebut sebagai era informasi, era globalisasi menuntut perlu adanya keseimbangan, keharmonisan hubungan antar manusia. Untuk itu diperlukan pengakuan akan harkat dan martabat manusia dengan segala ciri keunikannya. Dengan demikian secara naluriah, manusia kembali kepada kodrat alamnya bahwa ia sadar sebagai makhluk individu sekaligus makhluk sosial.

Relevansi yang dihadirkan aliran humanistik dalam memahami persoalan yang ada pada era keterbukaan ini adalah bahwa manusia bukanlah zombi-zombi yang tidak berotak, berperasaan, bermoral. Manusia tidak pantas diumpamakan dengan mesin yang siap melayani apa yang diperintahkan padanya saja, bukan sebagai remote control, sistem energi yang tidak mampu berbuat apa-apa tanpa kendali, dan bukan juga sebagai budak nafsu seperti yang tergambar dalam aliran behavioris dan psikoanalisis. Dalam diri manusia terkandung sesuatu yang bernilai tinggi yang membedakannya dari makhluk lainnya, yang memiliki daya kreasi, berpikiran dan memiliki perasaan. Melalui aliran humanistik ini diharapkan komunikasi yang mempertimbangkan proses dari hasil dapat dicapai, sehingga sikap saling hormat menghormati, keharmonisan hubungan antar individu, kelompok, bangsa dapat dicapai. Atau secara inheren kita dapat melihat ciri dari komunikator humanis-

tik, (Effendy, 1993: 364-365) yaitu:

1. Unik, diri seseorang sebagai manusia yang berpribadi adalah unik, dan keunikan itu merupakan ciri yang paling bernilai. Kita dapat berkomunikasi dengan cara yang sama dengan orang lain, tetapi ini bukan alasan untuk mengeneralisasikan obyek yang normatif. Untuk memahami kita tampaknya lebih penting untuk mengetahui perbedaan ketimbang persamaan dengan orang lain. Untuk memahami orang lain hanya bisa dilakukan dengan memahami proses mental, yaitu: sikap, kepercayaan, ketakutan, disonansi, dan tujuan, yang menjadi obyek studi para peneliti komunikasi.
2. Aktif, Yang melekat pada proses mental manusia adalah aktivitas. Asumsi ini adalah perbedaan paling nyata antara psikologi humanistik dengan aliran lainnya. Secara esensial dapat dikatakan bahwa kita tidak semata-mata penanggap ransangan internal dan eksternal, melainkan sebagai sistem yang aktif dan bersinambung menanggapi dan menciptakan perangsang yang cocok untuk kita. Sebagai sistem yang aktif maka manusia mencari informasi.
3. Sadar diri dan keterlibatan sosial, merupakan prinsip dasar dari aliran psikologi humanistik dan suatu faktor dari komunikasi antar manusia. Kesadaran diri membantu menimbulkan kesadaran bahwa dalam setiap situasi komunikasi kita dihadapkan pada pilihan-pilihan terhadap apa yang harus kita lakukan. Seseorang yang sadar akan dirinya dan keterlibatannya dalam masyarakat akan dapat menentukan mengapa ia berperilaku seperti yang ia lakukan.
4. Berpribadi, aspek yang paling penting dari pandangan humanistik ini adalah pandangan sebagai diri seseorang. Diri seseorang akan mempunyai nama, dan segera akan ditemukan personal, yang selanjutnya akan meningkat

pada personality dan penampilan yang tidak mungkin sama dengan orang lain di dunia ini.

#### E. Alternatif lain

Walaupun telah memilih salah satu diantara tiga aliran psikologi tentang manusia di atas, penulis masih melihat adanya celah yang kosong yang masih belum terisi dari pandangan humanistik tentang manusia. Penulis melihat bahwa aliran humanistik ini masih hanya melihat tanggungjawab manusia sebagai makhluk sosial dengan menjaga hubungan yang harmonis antar manusia. Dengan ini berarti masih ada yang dihilangkan dari fungsi manusia sebagai makhluk Tuhan yang diturunkan ke muka bumi dengan tujuan menyembahNya (QS. Adz Dzariah:56), dan perintah untuk memakmurkan dunia (QS. Huud:61). Aspek-aspek inilah yang belum tersentuh oleh aliran psikologi humanistik dalam memahami konsep manusia. Oleh sebab itu penulis menyarankan alternatif lain yang perlu diciptakan dan dikembangkan dengan memasukkan unsur-unsur iman dan takwa ke dalam nya. Berarti selain mempertimbangkan habluminannas yang lebih terutama lagi adalah habluminallah, sehingga akan tercipta sarjana yang beriman, sarjana yang kiyai, sarjana yang ulama. Hal ini juga telah pernah disinggung oleh Ibu Nina dalam kuliah Psikologi Komunikasi dan Filsafat Komunikasi, dimana pada waktu itu Ibu telah berjanji untuk melahirkan suatu aliran baru yang berlandaskan pada *akhlaqul Karimah*, semoga cepat terwujud, Amiin Ya Rabbal A'la-min.

## BAB III

### LUAS LINGKUP PSIKOLOGI KOMUNIKASI MULAI DARI INTRA KOMUNIKASI SAMPAI DENGAN KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA

Komunikasi selalu muncul dalam konteks, dalam suatu setting atau situasi. Pembagian yang paling umum dalam bidang ini adalah dengan *level*. Littlejohn (1983:6) membagi level tersebut dalam urutan komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi massa. Sesuai dengan soal maka dalam hal ini akan dibahas mulai dari level komunikasi intrapersonal.

#### A. Level Intra Komunikasi

Komunikasi intrapersonal, pada hakekatnya adalah bagaimana orang menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya, dan menghasilkannya kembali, yang meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.

Proses komunikasi semacam ini dapat berjalan secara efektif, bila antara komunikator dan komunikan selalu ada persamaan 'Frame of reference' (kerangka rujukan), dan "Field of experience" (latar belakang pengalaman). Kedua faktor ini, telah banyak memberikan pengaruh dan manfaat dalam melancarkan komunikasi. Dan tidak jarang kegagalan komunikasi, juga banyak dipengaruhi kedua latar belakang di atas.

Agenda-agenda yang mempengaruhi proses komunikasi Intrapersonal adalah:

##### 1. Perhatian

Perhatian adalah proses mental, ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah (Kennet E. Anderson, 1972, dalam Rakhmat, 1991: 52).

Yang sangat menonjol dalam perhatian :

ulang.

- Intensitas atau kekuatan stimuli.
- Kabauran, sesuatu yang memiliki nilai-nilai informatif, dan pesan-pesan yang aktual.
- Perulangan, hal ini sebaiknya jangan dilakukan perulangan terlalu sering, karena akan terjadi kebosanan.
- Biologis, hal ini sering menyangkut dengan membangkitkan birahi (sex).
- Motivasi, dapat merangsang seseorang, sehingga melakukan tindakan (action).

## 2. Sensasi

Sensasi adalah proses menangkap stimuli. Kata Dennis Coon (1977: 79), "sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera", tulis Benyamin B. Wolman (1973: 343, dalam Rakhmat, 1991: 49).

Sensasi berasal dari kata "sense", artinya alat indera. Proses sensasi akan terjadi, bila alat indera dapat menghubungkan organisme dengan milieu (lingkungannya). Dan dapat mengubah informasi menjadi impuls-impuls saraf dengan bahasa yang dipahami oleh (komputer) otak. Melalui alat indera, manusia dapat memahami kualitas fisik lingkungannya. Lebih dari itu, melalui alat inderalah manusia memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk berinteraksi dengan dunianya. Tanpa alat indera, kita dapat bayangkan, manusia tidak lebih dari alam nabati (tumbuh-tumbuhan), yang hanya menjadi mangsa dari alam hayawan.

Dalam konteks ini, agaknya lebih benar, anggapan filosof John Locke dan Berkeley, bahwa "there is nothing in the mind except what was first in the sense (tidak ada apa-apa dalam jiwa kita tetapi harus lebih dulu lewat alat indera). Dan andaikan kita tak punya alat indera dunia ini

tidak akan ada.

### 3. Persepsi

Persepsi adalah proses memberi makna pada sensasi, sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Juga proses pemberian makna pada stimuli yang datang pada alat indera. Persepsi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional. Krech dan Crutchfield menyebutnya "faktor fungsional dan struktural". Keduanya menambahkan, ada empat dalil yang mendukung persepsi, yaitu:

a) Persepsi bersifat selektif. Secara fungsional, di sini ada beberapa faktor yang mempengaruhinya:

- Need (kebutuhan)
- Mental sed (kesepian mental)
- Mood (keadaan jiwa, suasana emosional)
- Cultural (budaya)
- Bahasa
- Kerangka rujukan (frame of reference), bisa pendidikan, status sosial, jenis kelamin, dan lain-lain.

b) Obyek persepsi selalu diorganisasikan dan diberi makna.

c) Sifat perseptual dan kognitif dari sub struktur pada umumnya ditentukan oleh struktur keseluruhan.

d) Obyek atau peristiwa yang bersangkutan dalam ruang/waktu atau saling menyerupai yang akan dipersepsi sebagai bagian dari struktur yang sama. Di sini, berlaku prinsip similarity (persamaan), dan prinsip proximity (kedekatan).

### 4. Memory

Mempelajari memori membawa kita pada psikologi kognitif, terutama pada model manusia sebagai pengolah informasi (the person as information processor). Dalam konsep ini, manusia telah bergeser dari orang yang suka mencari justifikasi atau membela diri menjadi orang yang secara

sadar memecahkan persoalan.

Memori adalah tempat menyimpan sejumlah informasi, dan suatu sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan ilmu pengetahuan untuk membanding perilakunya (Schlessinger, 1979, dalam Rakhmat, 1991: 62).

Memori merupakan rekaman berbagai peristiwa yang terjadi di sekeliling kita. Memori dibagi ke dalam tiga jenis informasi, yaitu sensory store (pre-attention), short term store (attention), dan long term store (memory).

Tahap kerja memori, yakni mulai sari pernyataan (recall), atau proses aktif untuk menghasilkan kembali fakta informasi dari kata demi kata. Kedua pengenalan (recognition), di sini sukar untuk mengingat, tetapi lebih mudah mengenali kembali. Ketiga belajar (learning), menguasai kembali pelajaran yang sudah pernah diterima. Yang terakhir rediategrasi, yaitu mengkonstruksikan kembali seluruh masa lalu dari petunjuk teori.

## 5. Berfikir

Berfikir merupakan manipulasi atau organisasi unsur-unsur lingkungan dengan menggunakan lambang-lambang, sehingga tidak perlu langsung melakukan kegiatan yang tampak (Ployd L. Ruch: Psychology and life, 1967).

Lebih lanjut, Ruch mengatakan, ada tiga macam berfikir realistik, yaitu:

- a) Berfikir deduktif, mengambil kesimpulan dari dua pernyataan yang pertama merupakan pernyataan umum, dalam logika disebut silogisme. Yang kedua pernyataan khusus (spesifik). Berfikir ini dimulai dari hal-hal yang umum kepada hal-hal yang khusus.
- b) Berfikir induktif, yaitu berangkat dari hal-hal yang khusus, kemudian mengambil kesimpulan umum, dan melaku-

kan generalisasi.

c) Berfikir evaluatif, yaitu berfikir kritis, menilai baik buruknya, tepat atau tidaknya suatu gagasan (tidak perlu menambah gagasan).

Selain hal-hal yang disebut di atas, juga ada yang disebut berfikir Ausistik, seperti melamun, fantasi, manghayal. Dan juga berfikir realistik, yang disebut nalar (reasoning), menyesuaikan diri dengan dunia nyata.

Khusus dalam berfikir dapat melibatkan semua proses, yang kita sebut sensasi, persepsi, dan memori.

Berfikir merupakan suatu proses alami dari manusia, dan dapat disimpan sebagai suatu stimulus. Berfikir juga sebagai simbolik dan proses meditasi. Dan menunjukkan berbagai kegiatan yang melibatkan penggunaan konsep lambang, sebagai pengganti dari peristiwa (Rakhmat, 1991: 68).

## B. Level Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal, sering disebut komunikasi tanpa media, artinya langsung berhadapan muka (face to face), namun akhirnya terbantah pula dengan kehadiran media individual yaitu Telpon, Surat, dan lain-lain. Tapi yang jelas, komunikasi yang dilancarkan di sini tetap berhubungan antara satu orang dengan satu orang pula. Walaupun Joseph T. Dominick memasukkan group berinteraksi dengan group yang lain, dalam jenis komunikasi model ini (Dominick, 1983: 13).

Tak dapat dibantah, sumber dalam komunikasi tanpa media biasanya dapat disetting dari satu orang atau lebih sekaligus bersifat pribadi serta mempunyai target khusus. Demikian pula membentuk dan mengubah persepsi di penerima pesan, serta sangat ampuh dan bermakna dalam memberi pendapat, yang berlangsung sangat sederhana, dan mudah

menimbulkan kesan pada seseorang.

### 1. Proses pembentukan kesan

Dalam konteks komunikasi, kita sering "tergopoh-gopoh" memberikan "kesan" pada seseorang, baik kesan positif maupun kesan negatif, pada hal kita hanya baru mengenalnya dan melihatnya hanya sepintas. Seorang yang selalu memakai Busana Muslimah (Jilbab) dengan anggun dan berwibawa terkesan seorang Muslimah yang taat pada ajaran agamanya. Di tempat lain, berjumpa dengan pemuda yang berjenggot dan kumisnya dicukur habis, berbaju putih dan selalu tidak terlepas peci haji di kepalanya, serta "buah tasbih" di tangannya. Orang seperti ini terkenal alim, tidak mau berbicara ceplas-ceplos, berjalannya hanya menunduk dan tidak mau bersalaman dengan kaum wanita. Berbeda halnya ketika berjumpa dengan seorang pemuda, yang memakai celana jeans dipotong seadanya, rambutnya gondrong, pakai anting-anting pada salah satu telinganya, dan di badannya banyak bertato. Pemuda seperti ini terkesan seolah-olah tidak ada lagi pada dirinya titik kebaikan sedikitpun untuk dirinya dan orang lain, sehingga ada kesan suka membunuh, memperkosa, suka break dance, ngebut, dan lain-lain.

Dalam asumsi ini, Islam telah menawarkan kesan-kesan yang sangat selektif dan akurat. Sabda Rasulullah SAW: "Allah SWT tidak melihat rupa (wajah)mu dan penampilanmu (performance), tapi yang dilihat hatimu (Qulubikum) dan amal usahamu (A'malikum)", (Hadist).

Ketiga contoh di atas, akan cepat merubah menjadi kesan positif saat melihat anak muda itu rukuk dan sujud begitu lama, serta berdoa di tengah-tengah mesjid. Sebaliknya, akan cepat berubah negatif apabila ia tidak memberikan sumbangan ketika yatim piatu memintanya, sehingga ia terkesan kikir. Hal ini merupakan proses pembentukan kesan terhadap orang lain, yang terungkap sebagaimana

kesan yang ada dalam memori kita.

Psikologi kognitif mengemukakan bahwa pengalaman-pengalaman baru akan dimasukkan pada "laci" kategori yang ada dalam memori kita, berdasarkan kesamaannya dengan pengalaman-pengalaman masa lalu. Bersama ini, semua sifat yang berada pada kategori pengalaman baru. Dengan teknik seperti ini, orang memperoleh informasi tambahan dengan segera, sehingga membantu dalam mengambil keputusan yang cepat atau dalam meramalkan peristiwa.

## 2. Pengolahan kesan

Kesulitan persepsi timbul karena pesona stimuli berusaha menampilkan petunjuk-petunjuk tertentu untuk menimbulkan kesan tertentu pada diri penanggap. Erving Goffman menyebut proses ini "pengolahan kesan" (impression management).

Salah satu peralatan yang sering digunakan untuk menampilkan diri disebut "front" yang terdiri dari panggung (setting), penampilan (appearance), dan gaya bertingkah laku (manner).

Panggung adalah rangkaian peralatan ruang dan benda yang kita gunakan, seperti ruang tamu beserta perabotan, hiasan dinding, lampu, karpet, dan lemari. Semua ini kita atur untuk memberi kesan bahwa kita bukan orang kikir dan pelit, namun seolah-olah representatif dari kelompok orang kaya-elit. Demikian pula kita paparkan beberapa gambar di dinding, foto bersalaman dengan beberapa pejabat tinggi dengan pakaian adat. Di bawah meja ditaruh beberapa album foto keluarga, beberapa majalah dan koran dalam beberapa macam bahasa, bahasa Indonesia, Inggris, dan lain-lain. Dengan penataan (pengolahan) seperti ini, ada kesan norak, kampungan.

Pengolahan pesan seperti ini, banyak membawa keuntungan, terutama dalam memancing timbulnya pembicaraan

(komunikasi) awal, dan terkesan tidak kaku dan monoton (banyak sumber informasi). Namun tidak berlebihan, agar terkesan sederhana dan tidak dibuat-buat.

### 3. Konsep diri

Berbicara tentang konsep diri, Cooley telah memberikan kontribusi pemikiran dengan konsep "looking glass self", dalam bahasa Indonesia, kira-kira, diri kita sendiri sebagai cermin dalam menerapkan konsep-konsep sosial dalam masyarakat. Kita dapat membuat prediksi dan menilai diri sendiri. Kemampuan, kecakapan, penampilan, termasuk postur tubuh (ideal) merupakan kesan pertama yang dapat dinilai diri sendiri sebelum memberikan kesan pada orang lain.

Dalam kaitan ini, barangkali dapat ditawarkan sepotong syair Arab, "Pakaianmu memuliakan sebelum kamu duduk, dan ilmu itu memuliakanmu setelah kamu duduk".

Betapa dalamnya makna konsep diri dalam syair ini, pakaian (penampilan) merupakan kesan pertama untuk menumbuhkan kredibilitas diri (self credibility). Orang akan memuliakan (menghargai) kita, pertama dari penampilan (pakaian). Setelah itu baru melihat ngomong (komunikasi) kita. Maka dalam proses menjaga harga diri, ilmu sangat esensial dalam melancarkan proses komunikasi, terutama dalam konteks isi pesan yang didiskusikan.

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Persepsi tentang diri kita boleh bersifat psikologi, sosial dan fisis. Di sini kita dapat menjadi komunikator (subyek) dan komunikan (obyek) sekaligus. Kita dapat melakukannya dengan membayangkan orang dalam benak kita, seakan-akan meletakkan semacam cermin di depan kita. Di depan cermin, kita dapat membayangkan wajah kita jelek, penampilan kita bagaimana, apakah saya tidak menarik, dan mengalami perasaan bangga (sombong) atau kecewa, merasa sedih atau malu (Zenden, 1975: 79)

#### 4. Atraksi Interpersonal

Salah satu komponen yang sangat berpengaruh atraksi interpersonal, yaitu kesamaan dalam skala global, bisa "frame of reference", juga "field of experience". Kedua komponen ini telah membuktikan terjadinya komunikasi efektif. Kita sangat senang dan tercepat terakomodir pesan-pesan yang disampaikan, bila teman bicara ada sisi-sisi kesamaan, baik dalam pendidikan, agama, ideologi, bahkan kegemaran (hobby).

Seorang "stress" banyak mengalami problema hidup, termasuk putus cinta dalam hidupnya. Orang ini sangat senang bergaul dan berinteraksi dengan yang tahu persoalannya, dan mau memecahkannya. Seorang staf pengajar (dosen) senang bertemu dan berinteraksi secara akrab dengan yang sama profesinya, artinya, apa yang dibicarakan cepat konteks (nyambung), dan terkesan tidak dibuat-buat dan tidak monoton. Di sini berlaku sifat "familiarity" (kesamaan) dan "proximity" (kedekatan).

#### 5. Tahap-tahap atraksi interpersonal

Dalam proses tahapan ini, kita tidak hanya memperbaiki hubungan-hubungan dengan yang lain, dalam skala bertambah satu demi satu. Namun hubungan yang telah ada perlu dibina dan dijaga secara harmonis dan berkesinambungan. Kalau terjadi sebaliknya, artinya putus, maka komunikasi kita belum efektif.

Dalam bahasa agamis, komunikasi seperti ini (membina dan menjaga hubungan) disebut "silaturahmi"; atraksi kasih sayang secara kontinyu dan abadi. Sabda Nabi, "barang siapa yang beriman kepada Allah dan Hari Kemudian, hendaklah menyambung silaturahmi" (Hadist).

Dalam konteks hubungan interpersonal, pertama adalah pembantukan hubungan atau disebut "membuka jalan" untuk

menjalin persahabatan berikutnya. Maka pada pertama ini, penyajian pesan dan informasi haruslah dengan benar dan hati-hati, dalam upaya memikat lawan bicara.

Berikutnya, pengalaman demografis yang perlu ditonjolkan, ingin tahu identitas, latar belakang pendidikan, dan tempat tinggal (adress). Manfaatnya untuk mencari sisi kesamaan yang dapat dijadikan semacam kerangka pergaulan secara utuh.

Tahap akhir adalah "pemutusan hubungan". Pemutusan di sini bukan dalam kerangka negatif. Bisa saja salah seorang meninggal dunia, atau hijrah ke tempat lain yang lebih jauh (walaupun dapat dikontak dengan media-media yang ada). Selebihnya, tidak dapat dipungkiri, bahwa pemutusan hubungan dalam konotasi negatif dapat juga terjadi, seperti yang disinyalir oleh R.D. Nye (1973) bahwa (1) sumber konflik, (2) dominasi, salah satu mendominasi yang lain dan melanggar haknya, (3) kegagalan, salah seorang menyalahkan yang lain, bila menemui kegagalan, (4) provokasi, sering dalam bertindak dan bersikap menyinggung perasaan orang lain, dan (5) perbedaan nilai menjadi sumber konflik dan dapat saja memutuskan hubungan.

### C. Level komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok, atau *group* adalah komunikasi antara seseorang dengan sejumlah orang yang berkumpul bersama-sama dalam bentuk kelompok (Effendi, 1986:57).

Kata Benjamin, semua kelompok-kelompok yang kita sendiri turut berpartisipasi di dalamnya mempunyai tugas dan tujuan. Sebuah kelompok ditandai sebagai pemecahan masalah (Benjamin, 1983: 100).

Kelompok yang dimaksudkan adalah ada yang jumlahnya kecil, artinya komunikasi yang berlangsung pada kelompok yang jumlahnya kecil, disebut "*small group communication*". Dan komunikasi yang berlangsung pada kelompok yang agak

besar disebut "large group communication". Namun belum kita jumpai batasan-batasan yang kongkrit jumlahnya orang dalam kelompok-kelompok tersebut. Namun DeVito (1994:285) menyatakan bahwa suatu kelompok kecil itu terdiri dari 5 - 12 orang.

Kelompok kecil adalah kelompok komunikasi yang dalam situasi komunikasi dimana terdapat kesempatan memberikan tanggapan secara verbal, dengan kata lain perkataan dalam komunikasi kelompok komunikator dapat melakukan komunikasi antarpribadi dengan salah seorang anggota kelompok, setiap anggota harus bisa berfungsi sebagai komunikasi atau komunikator.

Pakar komunikasi lain menyebut kelompok adalah suatu unit yang terdapat beberapa individu yang mempunyai kemampuan untuk berbuat dengan kesatuannya dengan cara dan atas dasar kesatuan persepsi (Slamet, 1992:8).

Sosiolog dan psikolog telah mencoba mengklasifikasikan kelompok ke dalam beberapa kriteria, yaitu:

1. Kelompok primer, merupakan pertalian dan persahabatan antara kelompok sangat akrab dan menyentuh sanubari, seperti teman, handai tolan, dan teman sepermainan.
2. Kelompok sekunder, sebaliknya, hubungan mereka tidak begitu akrab dan terbatas pada hal-hal tertentu saja, seperti perkumpulan serikat buruh.

Selain kelompok-kelompok tersebut juga ada yang disebut "in-group" (kelompok kita), dan "out-group" (kelompok mereka). Keluarga adalah in-group, yang tergolong ke kelompok primer. Dan selainnya termasuk out-group, yang tergolong ke dalam kelompok sekunder.

Komunikasi kelompok bersifat lebih formal, lebih terorganisir, dan lebih terlembagakan daripada komunikasi antarpribadi. Biasanya bila orang berbicara mengenai kelompok, maka yang dimaksud adalah kelompok kecil. Contoh komunikasi kelompok adalah forum diskusi, rapat,

kuliah, seminar dan lain-lain.

Haiman mengatakan bahwa seseorang tidak akan mengerti dinamika kelompok tanpa mengerti psikologi individual, karena perilaku kelompok adalah perilaku perorangan dalam kelompok, yang bertingkah berbeda-beda, tetapi tingkahnya berdasarkan *own steam* nya sendiri.

Hal penting lainnya yang perlu diperhatikan seorang komunikator dalam menghadapi kelompok adalah bahwa setiap kelompok mempunyai norma-norma sendiri. Norma tersebut menjadi sumber dasar hidup para anggota kelompok. Ketaatan anggota terhadap norma-norma itu menunjukkan ketaatan anggota kepada kelompoknya. Pengaruh norma ini besar sekali terhadap cara berpikir, cara bertingkah laku, dan cara menanggapi suatu pesan. Hal ini mudah sekali dipahami, oleh karena kita tahu bahwa kita mendapat pendidikan pertama-tama dari keluarga. Nilai-nilai hidup kita sebagian besar dipelajari dari kehidupan dalam kelompok. Perubahan sikap, tingkah laku, dan tanggapan terhadap peransang sosial banyak yang harus disesuaikan dengan norma kelompok. Apabila sebuah pesan komunikasi akan mempengaruhi atau merubah tingkah laku atau sikap kita, maka kita akan mengadakan peninjauan apakah norma kelompok dapat menyetujui perubahan tersebut. Jika ternyata norma kelompok ternyata tidak cocok dengan pengaruh komunikasi terhadap kita, maka kita tidak akan membiarkan diri dipengaruhi komunikasi tersebut. Hal ini berlaku selama kita masih setia pada kelompok.

Faktor lain yang juga penting peranannya dalam mempengaruhi tanggapan pendapat dan sikap seseorang adalah faktor pengalaman hidup seseorang dalam ikatan kelompok. Pengalaman ini nantinya akan membentuk predisposisi seseorang. Predisposisi adalah pembawaan seseorang yang mempunyai pola tertentu dari seseorang mengenai pribadinya, kebiasaannya, sikapnya, tingkah laku dan sebagainya.

Efektifitas komunikasi kelompok tergantung dari kebutuhan dan keinginan yang melihatnya, dan mempunyai kepentingan yang berbeda-beda, sesuai dengan profesi masing-masing. Ahli pendidikan, misalnya, melihat kelompok sebagai sebuah metode yang dianggap efektif dalam perkembangan pendidikan. Politikus melihat kelompok sebagai massa yang perlu direkrut, apalagi menjelang pemilu. Pendakwah (da'i) melihat kelompok sebagai suatu obyek dakwahnya, yang terus menerus dapat dibina dan dikembangkan untuk memperjuangkan misi Islamnya, dan seterusnya. Kelompok-kelompok ini telah memperkaya khazanah pengetahuan kita, dan pengaruhnya pada perilaku keseharian kita.

#### D. Level Komunikasi Organisasi

DeVito (1994:325) menyatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi baik formal maupun non-formal. Komunikasi organisasi dapat bersifat formal dan informal. Yang termasuk pada komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada organisasi. Komunikasi Informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya tidak pada organisasinya sendiri, tetapi lebih pada para anggotanya secara individual.

Goldhaber, 1990, (dalam DeVito, 1994:326) mengatakan bahwa ada empat pendekatan pada organisasi, yaitu:

##### 1. Pendekatan ilmiah

Pendekatan ilmiah menganggap bahwa organisasi harus menggunakan metoda-metoda ilmiah untuk meningkatkan produktivitas. Dalam pandangan ini produktivitas pada umumnya menyangkut masalah fisik dan psikologis. Produktivitas dipandang dalam bentuk permintaan fisik akan pekerjaan dan kemampuan psikologis para pekerjanya.

## 2. Pendekatan hubungan antarmanusia

Pendekatan ini berkembang sebagai reaksi terhadap perhatian eksklusif faktor-faktor fisik dalam mengukur keberhasilan organisasi. Salah satu prinsip pendekatan hubungan antarmanusia adalah bahwa kenaikan kepuasan kerja akan mengakibatkan kenaikan produktivitas. Seorang karyawan yang bahagia adalah karyawan yang produktif. Oleh karena itu, fungsi manajemen adalah menjaga agar para karyawan terus merasa puas.

## 3. Pendekatan sistem

Pendekatan ini mengkombinasikan unsur-unsur terbaik dari pendekatan ilmiah dengan pendekatan hubungan antar manusia. Pendekatan ini memandang suatu organisasi sebagai suatu sistem dimana semua bagian berinteraksi dan setiap bagian mempengaruhi bagian lainnya. Pandangan ini sama dengan pandangan komunikasi. Organisasi dipandang sebagai suatu sistem yang terbuka terhadap informasi baru, responsif terhadap lingkungan, bersifat dinamis dan selalu berubah.

## 4. Pendekatan kultural

Sebuah pendekatan kontemporer mengenai organisasi menganggap bahwa perusahaan harus dipandang sebagai suatu kesatuan sosial atau kultur yang selalu memiliki aturan. Oleh sebab itu pada pendekatan ini organisasi harus meneliti untuk mengidentifikasi jenis kultur dan norma-norma atau nilai-nilai spesifik yang dianutnya. Tujuan analisis ini adalah untuk memungkinkan kita bisa memahami bagaimana organisasi berfungsi dan bagaimana hal itu mempengaruhi dan dipengaruhi oleh para anggotanya dalam kultur organisasi itu.

## E. Sistem Komunikasi Massa

Pembahasan komunikasi massa dalam sejumlah literatur menyatakan bahwa pembahasan sistem komunikasi massa pada

hakekatnya sama dengan pembahasan bentuk komunikasi lain secara general. Azas dan proses perkembangannya, juga tidak jauh berbeda dengan komunikasi lainnya. Secara transparan, bedanya hanya pada "channel" (saluran) yang digunakan komunikasi massa agaknya lebih canggih dan modern.

Secara lebih sederhana, pengertian komunikasi massa adalah komunikasi yang dialncarkan melalui media massa (modern). Dan jenis khusus dari komunikasi sosial yang melibatkan berbagai kondisi pengoperasian, terutama khalayak, sifat bentuk komunikasi, dan sifat komunikatornya (Charles R. Wright, 1986: 3).

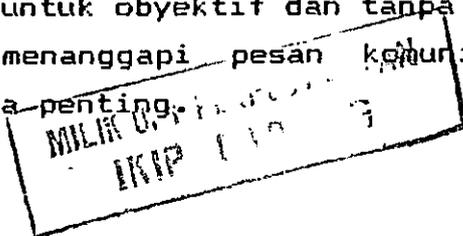
Media massa yang dimaksudkan adalah meliputi media elektronik, seperti: televisi, radio, dan film, serta video. Media cetak, seperti: koran (harian, mingguan), majalah, buletin, brosur, dan lain-lain. Menurut Rogers, tidak hanya media massa modern yang dapat digunakan dalam konteks ini, bahkan media tradisionalpun dapat digunakan, seperti teater rakyat, juru dongeng, bersyair, pantun, dan lain-lain. Namun rapat umum, bukan bentuk komunikasi massa.

Dengan tegas dapat disederhanakan, bahwa komunikasi massa merupakan penyebaran pesan-pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak (sejumlah orang yang tidak nampak oleh komunikator), seperti halnya pemirsa televisi, pendengar radio, pembaca koran, dan lain-lain. Sehingga jelas bahwa komunikasi semacam ini sifatnya hanya "one way traffic" (hanya satu arah). Pihak komunikator tidak tahu apakah pesan-pesan yang dikonsumsi, diterima atau tidak oleh khalayak. (ini salah satu kelemahannya). Tapi sekarang berkat kemajuan teknologi kelemahan ini sedikit banyaknya sudah mulai berkurang, dimana dengan cara mudah kita dapat berkomunikasi dengan para pakar yang menerangkan sesuatu pada media televisi

dengan penggunaan jasa telepon. Begitu juga untuk media radio telah banyak yang menerapkan cara berkomunikasi langsung dengan khalayak pendengarnya. Untuk media cetak kita mengenal adanya rubrik surat pembaca di koran-koran, namun umpan balik (feedback)nya tidak dapat terjadi secara langsung.

Untuk menambah kejelasan dari *mass communication* ini, kiranya perlu diketengahkan karakteristik komunikasi massa, yaitu:

1. Bersifat umum, artinya pesan yang disampaikan komunikasi massa ini berlaku dan terbuka untuk umum (semua orang) dengan tidak melihat latar belakang dan strata sosialnya.
2. Komunikan bersifat heterogen, artinya obyek (komunikan) yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, kebudayaan beragam, profesi berbeda, berbeda kepentingan, standar hidup, derajat kehormatan, kekuasaan, dan pengaruh.
3. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non pribadi, sifat ini timbul disebabkan teknologi dari penyebaran informasi, dan sebagian lagi dikarenakan syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum, umpamanya, mencakup keharusan untuk obyektif dan tanpa prasangka dalam memilih dan menanggapi pesan komunikasi yang mempunyai norma-norma penting.



#### F. Level Komunikasi Antar Budaya

Berawal dari 1960-an dan 1970-an, berbagai peristiwa telah menimbulkan pengaruh besar di dunia. Pembangunan yang cepat dan luas di bidang transportasi dan komunikasi telah menyebabkan dunia menjadi susut. Mobilitas meningkat drastis, karena jarak tidak lagi merupakan masalah. Kecanggihan teknologi komunikasi dan transportasi ini telah memberikan sarana bagi manusia untuk berinteraksi secara intensif. Dengan ini kontak antar budaya tidak terelakkan lagi. Dunia kini menjadi apa yang disebut Marshall McLuhan *Global Village*. Kontak antar budaya ini tidak dengan sendirinya berjalan mulus, karena terdapat perbedaan budaya antara orang-orang yang berinteraksi tersebut. Perbedaan ini meliputi perbedaan bahasa, norma dan ekspektasi yang mempersulit komunikasi yang berlangsung antara orang-orang yang berbeda budaya atau bangsa tersebut.

Berikut ini adalah pembahasan mengenai komunikasi antar budaya.

#### Definisi

Untuk memahami komunikasi antarbudaya hubungan antara budaya dan komunikasi penting dipahami, karena melalui pengaruh budayalah orang belajar komunikasi.

Rich (1974:5), Samovar et.all (1981:27), Tubbs & Sylvia Moss (1996:236) pada dasarnya mendefinisikan komunikasi antar budaya adalah komunikasi yang terjadi antara orang-orang yang berbeda budaya. Dengan kata lain komunikasi antar budaya terjadi bila pengirim pesan adalah anggota dari suatu budaya dan penerima pesannya berasal dari budaya lain. DeVito (1994:427) menegaskan bahwa komunikasi antar budaya mengacu pada antara orang-orang dari kultur yang berbeda - antara orang-orang yang memiliki kepercayaan, nilai, atau cara berperilaku kultural yang berbeda.

Tubbs & Sylvia Moss (1996, *ibid*) mendefinisikan budaya sebagai suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang yang diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terdiri dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni. Koentjaraningrat (1981:2) mengemukakan unsur-unsur universal yang sekalian merupakan isi dari kebudayaan, yaitu: 1) sistem religi dan upacara keagamaan, 2) sistem dan organisasi kemasyarakatan, 3) sistem pengetahuan, 4) sistem bahasa, 5) kesenian, 6) sistem mata pencaharian, 7) sistem teknologi dan peralatan. Sedangkan Suparlan (1980:2) menyatakan bahwa kebudayaan adalah keseluruhan pengetahuan manusia sebagai makhluk sosial yang digunakannya untuk memahami dan menginterpretasi lingkungan dan pengalamannya, serta menjadi kerangka landasan bagi mewujudkan dan mendorong terwujudnya kelakuan. Dalam definisi ini kebudayaan dilihat sebagai mekanisme kontrol bagi kelakuan dan tindakan manusia.

Selanjutnya Geertz (1973) dalam Suparlan Kebudayaan merupakan pengetahuan manusia yang diyakini akan kebenarannya oleh yang bersangkutan dan yang diselimuti serta menyelimuti perasaan-perasaan dan emosi-emosi manusia serta menjadi sumber bagi sistem penilaian sesuatu yang baik dan yang buruk, sesuatu yang berharga dan yang tidak. Hal ini terjadi karena nilai-nilai moral, yang sumber dari nilai-nilai moral tersebut adalah pada pandangan hidup dan pada etos atau sistem etika yang dipunyai oleh setiap manusia. Kebudayaan yang telah menjadi sistem pengetahuan, secara terus menerus dan setiap saat bila ada rangsangan digunakan untuk dapat memahami dan menginterpretasi berbagai gejala, peristiwa, dan benda-benda yang ada dalam lingkungannya.

Memperhatikan definisi budaya di atas, dapat dipahami

bahwa budaya adalah suatu pola hidup yang menyeluruh. Budaya bersifat kompleks, abstrak, dan luas. Banyak aspek budaya aspek budaya turut menentukan perilaku komunikatif. Oleh karena itu bukanlah menjadi hal aneh bila orang yang berasal dari suatu budaya berada pada budaya lain akan menjadi orang aneh, bingung, cemas, heran, curiga atau merasa tertekan dan yang lebih parah lagi mengalami *culture shock* (gegar budaya) pada lingkungan yang baru, karena budaya yang dimilikinya berbeda yang berarti cara dia menilai dan mempersepsi apa yang ada dilingkungannya juga berbeda, dan orang yang berbudaya lain juga akan menilai dan mempersepsi tingkah lakunya dengan cara berbeda. Hal inilah yang sering membawa kepada kesalahfahaman dalam berinteraksi atau berkomunikasi, sehingga sering terjadi komunikasi yang kurang efektif diantara mereka. Hal ini disebabkan karena masalah kecil-masalah kecil dalam komunikasi sering diperumit oleh perbedaan persepsi diantara dua kelompok budaya yang berbeda tersebut. Karena itu untuk memahami dunia dan tindakan-tindakan orang lain, kita harus memahami kerangka persepsinya.

Tiga unsur sosiobudaya; kepercayaan, nilai, pandangan dunia, mempunyai pengaruh yang besar dan langsung atas makna-makna yang kita bangun dalam persepsi kita. Kepercayaan secara umum dapat dipandang sebagai kemungkinan-kemungkinan subyektif yang diyakini individu bahwa suatu obyek atau peristiwa memiliki karakteristik tertentu. Nilai adalah aspek evaluatif dari sistem-sistem kepercayaan, nilai dan sikap. Kepercayaan dan nilai memberikan kontribusi bagi pengembangan dan isi sikap. Sikap merupakan suatu kecenderungan yang diperoleh dengan cara belajar untuk merespon suatu obyek secara konsisten. Sikap dipelajari dalam suatu konteks budaya. Pandangan dunia adalah merupakan unsur budaya terpenting dalam aspek-aspek perseptual komunikasi antarbudaya. Pandangan dunia berkaitan

dengan orientasi suatu budaya terhadap hal seperti Tuhan, kemanusiaan, alam, alam semesta, dan masalah-masalah filosofis lainnya yang berkenaan dengan konsep makhluk. (Samovar, et.all, 1981, 37:46)

Dari uraian di atas, dapat dilihat bahwa betapa peliknya masalah persepsi dalam komunikasi antar budaya, karena masing-masing budaya memiliki kepercayaan, nilai, sikap serta pandangan yang berbeda dalam mempersepsi budaya. Perbedaan dalam mempersepsi inilah yang membawa permasalahan dalam komunikasi antar budaya, sehingga akan membawa kepada komunikasi yang kurang efektif diantara keduanya. Untuk menghindari hal inilah semakin pentingnya komunikasi antar budaya dipelajari, terutama bagi yang menekuni bidang komunikasi, khususnya psikologi komunikasi.

### **Pentingnya Komunikasi Antar Budaya**

DeVito (1994:417-420) menyatakan bahwa sekarang ini komunikasi antar budaya semakin penting dan semakin vital ketimbang masa sebelumnya. Beberapa faktor yang menyebabkan semakin pentingnya komunikasi antar budaya:

#### **1. Mobilitas**

Saat ini orang seringkali mengunjungi budaya-budaya lain untuk mengenal daerah baru dan orang-orang yang berbeda. Hubungan antar pribadi-kita semakin menjadi hubungan antarbudaya.

#### **2. Saling ketergantungan ekonomi.**

Masa kini, kebanyakan negara secara ekonomis bergantung pada negara lain, khususnya di bidang teknologi.

#### **3. Teknologi Komunikasi**

Dengan semakin meningkat pesatnya teknologi komunikasi telah membawa kultur luar yang adakalanya asing masuk ke rumah kita. Film-film seri impor yang ditayangkan di TV, berita-berita dari luar negeri, telepon, ditambah lagi internet, membuat komunikasi antarbudaya

mudah, praktis, dan tidak terhindarkan.

#### 4. Pola imigrasi

Hampir pada setiap kota besar di dunia dijumpai orang-orang dari bangsa lain. Kita bergaul, bekerja, atau bersekolah dengan orang yang berbeda dengan kita. Pengalaman sehari-hari kita semakin menjadi antarbudaya.

#### 5. Kesejahteraan politik

Sekarang ini kesejahteraan politik kita sangat bergantung pada politik kultur atau negara lain. Komunikasi dan saling pengertian antarbudaya saat ini terasa semakin penting.

### Bentuk-bentuk Komunikasi Antarbudaya

Istilah komunikasi antarbudaya mencakup semua bentuk komunikasi di antara orang-orang yang berasal dari kelompok yang berbeda selain juga secara lebih sempit mencakup bidang komunikasi antara kultur yang berbeda. DeVito (1994:422) mengemukakan Komunikasi antarbudaya mencakup semua hal berikut;

1. Komunikasi antarbudaya, misalnya antara orang Cina dan Portugis, atau antara orang Perancis dengan orang Norwegia.
2. Komunikasi antarras, misalnya antara orang kulit hitam dengan kulit putih.
3. Komunikasi antaretnis, misalnya antara orang Amerika keturunan Italia dengan orang Amerika keturunan Jerman.
4. Komunikasi antar kelompok agama yang berbeda, misal antara orang Islam dengan orang Yahudi.
5. Komunikasi antar bangsa yang berbeda, kadang-kadang dinamakan komunikasi internasional, misalnya antara orang Amerika Serikat dan Meksiko.
6. Komunikasi antarsubkultur yang berbeda, misalnya antara tunanetra dan tunarungu.

7. Komunikasi antara suatu subkultur dan kultur yang dominan, misal antara kaum manula dengan kaum muda.
8. komunikasi antar jenis kelamin yang berbeda.

Karena cara kita berkomunikasi sebagian besar dipengaruhi kultur, orang-orang dari kultur yang berbeda akan berkomunikasi secara berbeda. Kita perlu menaruh perhatian khusus untuk menjaga agar jangan sampai perbedaan kultur menghambat interaksi yang bermakna, melainkan justru menjadi sumber untuk memperkaya pengalaman komunikasi kita. Untuk itu jika kita ingin berkomunikasi secara efektif, kita perlu memahami dan menghargai perbedaan-perbedaan ini. Disamping itu kita juga perlu memahami penghambat yang lazim serta prinsip-prinsip efektifitas untuk komunikasi di antara kultur yang berbeda.

#### **Prinsip-prinsip Komunikasi Antarbudaya**

Kita dapat lebih memahami komunikasi antarbudaya dengan menelaah prinsip-prinsip umumnya. DeVito (1994:433-435) mengemukakan beberapa prinsip komunikasi yang diturunkan dari teori-teori komunikasi yang sekarang diterapkan untuk komunikasi antarbudaya.

##### **1. Relativitas Bahasa**

Karena bahasa di dunia sangat berbeda-beda dalam hal karakteristik semantik dan strukturnya, tampaknya masuk akal juga untuk mengatakan bahwa orang yang menggunakan bahasa yang berbeda juga akan berbeda dalam cara memandang dan berpikirtentang dunia. Menurut hasil penelitian Fishman, perbedaan antara bahasa terlihat paling besar, tentu saja pada awal interaksi. Karena itu sangat penting bahwa kita menggunakan teknik komunikasi yang efektif; pertimbangkanlah teknik mendengarkan secara aktif, pengecekan persepsi, berbicara secara spesifik, dan mencari umpan balik, teknik ini akan membantu untuk memeriksa ketepatan persepsi anda.

2. Bahasa sebagai cermin budaya.

Makin besar perbedaan budaya, makin besar perbedaan komunikasi baik dalam bahasa verbal maupun non verbal.

3. Mengurangi ketidakpastian

Makin besar perbedaan budaya, makin besar pula ketidakpastian dan ambiguitas dalam komunikasi.

4. Kesadaran diri dan perbedaan antarbudaya

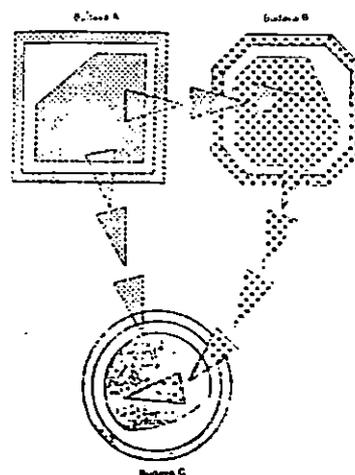
Makin besar perbedaan antarbudaya, makin besar kesadaran diri para partisipan selama komunikasi. Ia mempunyai konsekuensi negatif dan negatif.

5. Interaksi awal dan perbedaan antarbudaya

Perbedaan antarbudaya terutama penting dalam interaksi awal dan secara berangsur berkurang tingkat kepentingannya ketika hubungan menjadi lebih akrab.

### Model Komunikasi Antarbudaya

Sebagaimana telah diuraikan dalam bagian definisi di atas bahwa komunikasi antarbudaya terjadi bila produsen pesan adalah anggota suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota budaya lainnya. Dalam hal ini kita dihadapkan pada masalah-masalah yang ada dalam suatu situasi dimana suatu pesan disandi dalam suatu budaya dan harus disandi balik dalam budaya lain. Karena itu model komunikasi antarbudaya juga didasarkan pada masalah penyandian dan penyandian balik pesan antara budaya yang berbeda, yang digambarkan sebagai berikut;



Gambar 4a.1. Model Komunikasi Antarbudaya  
(Samovar, et.all, 1981 : 29)

Keterangan model, tiga budaya diwakili dalam model ini oleh tiga bentuk geometrik yang berbeda, dimana budaya C sangat berbeda dari budaya A dan B. Perbedaan ini digambarkan pada bentuk melingkar budaya C dan jarak fisiknya dari budaya A dan B. Penyandian dan penyandianbalik pesan antarbudaya dilukiskan oleh panah-panah yang menghubungkan budaya-budaya itu. Panah-panah menunjukkan pengiriman pesan dari budaya yang satu ke budaya lainnya. Derajat pengaruh budaya dalam situasi komunikasi antarbudaya merupakan fungsi perbedaan antarbudaya yang bersangkutan. Ini ditunjukkan pada model oleh derajat perubahan pola yang terlihat pada panah-panah pesan.

Model tersebut menunjukkan bahwa bisa terdapat banyak ragam perbedaan budaya dalam komunikasi antarbudaya. Komunikasi antarbudaya terjadi dalam banyak ragam situasi yang berkisar dari interaksi antara orang yang berbeda budaya secara ekstrem hingga interaksi-interaksi antara orang-orang yang mempunyai budaya dominan yang sama tetapi mempunyai subkultur atau subkelompok yang berbeda.

### Pintu Masuk Komunikasi Antarbudaya

Walau bagaimanapun dalam setiap kegiatan komunikasi yang dilakukan, kita berharap komunikasi tersebut akan berjalan lancar dan efektif. Untuk beberapa hal dibawah ini merupakan saran untuk mencapai komunikasi antar buday yang efektif. (DeVito, 1994: 442-444).

#### 1. Menghindari hambatan.

Langkah pertama dalam mengidentifikasi pintu masuk atau pedoman komunikasi antarbudaya adalah menyadari hambatan-hambatan yang ada perlu dihindari. Sebagai pedoman, bacalah beberapa saran berikut:

1. Sadarilah perbedaan antara anda dan orang yang kulturnya berbeda. Bila ragu bertanyalah, jangan

- mengasumsikan kesamaan. Tetapi pada waktu yang sama, sadarilah pula manfaat mencari kesamaan dan menekannya pada saat berkomunikasi.
2. Sadarilah bahwa perbedaan selalu ada dalam kelompok apapun. Jangan bersikap strootip, terlalu mengeneralisasi, atau mengasumsikan bahwa perbedaan dalamsatu kelompok tidak penting.
  3. Ingatlah bahwa makna ada pada orang dan bukan pada kata-kata atau gerak-gerik. Ceklah makna yang anda berikan dengan maksud lawan bicara. Pastikan bahwa setiap kesamaan atau perbedaan dalam makna yang anda asumsikan memang benar-benar ada.
  4. Ingatlah akan adat kebiasaan budaya yang berlaku dalam sebaran konteks komunikasi antar budaya. Pekalah terhadap adat kebiasaan yang berbeda dalam hal jarak antarpribadi dalam komunikasi. Hati-hatilah jangan sampai anda menganggap bahwa adat kebiasaan andalah yang benar.
  5. Hindari evaluasi negatif terhadap perbedaan kultur, baik secara verbal maupun non-verbal.
  6. Hindari *culture shock* dengan mempelajari sebanyak mungkin kultur yang akan anda masuki.
2. Memanfaatkan prinsip-prinsip interaksi antarpribadi yang efektif.

Beberapa prinsip interaksi antarpribadi yang efektif yang diturunkan dari model komunikasi humanistik dan pragmatik juga dapat dijadikan sebagai modal untuk mencapai komunikasi yang efektif dalam komunikasi antarbudaya, yaitu: keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, kesetaraan, percaya diri, kedekatan, manajemen interaksi, daya ekspresi, berorientasi pada pihak lain.

Diharapkan dengan memperhatikan saran-saran di atas, akan dapat menciptakan kesamaan persepsi antarbudaya yang berbeda sehingga akan tercapai efektivitas komunikasi antarbudaya.

Sebagai penutup penulis ingin menekankan kaitan konteks psikologi komunikasi dengan komunikasi antarbudaya. Dengan memahami konteks komunikasi antarbudaya ini, semakin disadari bahwa lingkup psikologi komunikasi sangat dominan dalam komunikasi antarbudaya ini, karena yang menjadi pembahasan utama dalam topik ini adalah mengenai persepsi atau pemaknaan pesan komunikasi antara budaya yang berbeda. Persepsi atau pemaknaan pesan adalah merupakan kajian utama dalam psikologi komunikasi.

## BAB IV

### KOMPONEN KOMUNIKASI

#### A. Psikologi komunikator

Komunikator menjadi penuntun bagi audience, simbol yang dibawakan oleh komunikator menjadi faktor yang mempengaruhi. Perkataan, sikap dan tindakan, para ahli merupakan hal-hal yang harus diperhatikan bila si komunikator ingin menjadi berhasil.

Komunikator merupakan sumber segala sumber dalam berkomunikasi apalagi face to face communication. Komunikator sebagai tempat bertanya, teman, penonton dalam masyarakat. Akhir pada komunikatorlah segala puncak dalam berkomunikasi. Namun keahlian, ketrampilan, sikap, moral, dan pakaian komunikator merupakan sumber kepercayaan yang disebut oleh Aristoteles dengan Ethos.

#### 1. Dimensi-dimensi Ethos

Menurut Fans Von Magnis, Ethos dimaksudkan sikap kehendak misalnya ethos ilmiah adalah sikap yang dikehendaki seseorang terhadap kegiatan ilmiahnya, atau bagaimana ia menentukan sikapnya sendiri terhadap ethosnya (Effendi, 1993: 306).

Jelasnya ethos sebagai source of credibility and good will. Dengan kata lain sekarang komunikator harus mempunyai itikad baik dalam menyampaikan keikhlasan dalam berkomunikasi.

Disamping itu sekarang komunikator harus mempunyai keahlian, ketrampilan, serta kemampuannya dalam bidang tertentu agar komunikan percaya kepada komunikator. Dapat dipercaya bukan saja ketrampilan dan pendidikan, akan tetapi meliputi aspek tingkah laku dan kejujuran.

Setelah itikad baik, akhirnya sampai kepada kepercaya-

pan, seorang komunikator setelah menguasai bidangnya sebagai ahli sekaligus harus mempunyai kecakapan dalam berbicara, yaitu seni, teknik dan strategi guna mendukung ketrampilan tadi. Jadi kehendak baik, kepercayaan dan kesopanan merupakan simbol dari ethos komunikator.

Menurut Herbert C. Kilman (1975) pengaruh komunikasi kita pada orang lain berupa tiga hal: internalisasi (internalization), identifikasi (identification), ketundukan (compliance) (Rakhmat, 1991: 256). Apabila seseorang berkomunikasi atau sekelompok berkomunikasi terpengaruh atau sesuatu yang disarankan dipatuhi dan dijalankan serta sesuai dengan sistem nilai yang dianut oleh komunikan. Hal yang demikian disebut dimensi ethos internalisasi.

Sekarang santri mencotok atau meniru ustadznya atau kiaiinya digolongkan identifikasi. Artinya apabila sekelompok orang, mencotok atau meniru perilaku seseorang karena gemar, fungsinya sama dengan orang lain. Sedang ketundukan biasanya terjadi dari para pejabat atau antara atasan dan bawahan, atau seorang pegawai ingin melaksanakan disiplin bukan karena kepercayaan akan tetapi karena takut akan dipecat. Namun di samping itu yang lebih berperan dalam dimensi ethos adalah kredibilitas.

## **2. Jenis-jenis Kredibilitas dan Faktor yang Mempengaruhinya**

Kredibilitas menjadi hal yang penting bagi komunikator, sebelumnya kredibilitas tergantung pada sejauh mana, si Komunikan memandang di komunikator layak atau mampu mempergauli si komunikan. Komunikan memandang komunikator mampu berkomunikasi karena keahliannya, persepsi itu erat hubungannya dengan kejujuran dan keikhlasan si komunikator.

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikan tentang sifat-sifat komunikator (Rakhmat, 1991: 25). Kredibilitas komunikator dalam komunikasi sangat tergantung

kepada topik yang disajikan dan suasana serta lingkungan mana ia berkomunikasi.

Kredibilitas dilihat dari sudut pandang komunikan. Seorang komunikator akan berkualitas dan berkredibilitas di depan penggemarnya. Seorang pemain bola seperti Maradona akan berkredibilitas bila berhadapan dengan pecandu bola, tapi lain halnya bila berhadapan dengan artis tidak ada artinya sama sekali.

Pengaruh kredibilitas memang sangat nampak dalam khalayak sebab kredibilitas dapat mempengaruhi audience secara serentak. Pengaruh kredibilitas jelas membentuk persepsi dan opini massa. Kredibilitasnya sering diciptakan ketimbang terjadi apa adanya. Seorang pejabat yang berkredibilitas tinggi sering diekspose oleh media massa sehingga masyarakat tahu tentang pejabat tersebut. Akhirnya masyarakat menganggap pejabat yang sudah diorbit tersebut dapat dipercaya di mata masyarakat.

Di samping itu kredibilitas ini kadang kala memang terjadi dengan sendirinya sebagaimana adanya. Akhirnya kredibilitas suatu hal yang mutlak diperlukan dalam massa, sebab salah satu kemampuan keberhasilan komunikator tergantung pada kredibilitas komunikator dimaksud.

Kita ketahui kredibilitasnya seorang dalam masyarakat dapat kita lihat dalam pergaulan dan interaksinya dalam massa. Seorang komunikator yang berinteraksi dalam masyarakat tentu dibarengi dengan ketulusan dalam mensosialisasikan sikap dan tingkah laku sesuai dengan harapan khalayak.

Tak kalah penting yang mempengaruhi kredibilitas seseorang adalah sikap dan kepribadian yang kesehariannya berkiprah dalam masyarakat sesuai atau tidak dengan pandangan massa sekitar. Perilaku dan tindakan komunikator dalam hubungan sosial menentukan guna mempertahankan kredibilitas di kemudian hari.

Demikian halnya keseriusan dalam membimbing atau membina masyarakat dapat mempengaruhi untuk mempertahankan kredibilitas di mata khalayak. Kredibilitas erat kaitannya dengan wibawa. Dengan wibawa seseorang komunikator dapat membentuk persepsi dari audience dengan wibawa komunikator nantinya menjadi anutan bagi masyarakat sekitar. Inilah kredibilitas sekaligus faktor yang mempengaruhinya.

### 3. Atraksi, Heterophily, Homophily, dan Kekuasaan

Sebagaimana yang telah dikemukakan bahwa atraksi merupakan hal-hal menarik stimuli kita. Kita suka mendengar ceramah dari orang yang tampan, ganteng, ramah, harmonis. Kita lebih senang membeli pada wanita-wanita yang cantik yang menawan hati. Semua hal tersebut karena daya tarik yang dimiliki oleh komunikator.

Orang cantik dan ganteng lebih banyak penggemarnya, para peneliti telah berkesimpulan bahwa orang cantik lebih berhasil menarik massa. Rupanya kecantikan merupakan modal utama bagi komunikator mempengaruhi peminatnya. Seorang komunikator yang atraksi fisik menawan sangat beruntung dan mudah menggait massa. Berbahagialah orang-orang yang cantik, sebab ia memiliki atraksi fisik serta berkemampuan mengadakan komunikasi persuasif.

Sering atraksi pada komunikator lebih mudah menyerap informasi dan pesan orang-orang lebih banyak kesamaan dengannya.

Everett M. Rogers membedakan dua kondisi yaitu homophily dan heterophily. Homophily komunikator dan komunikan merasakan ada kesamaan dalam status sosial ekonomi, pendidikan, sikap, dan kepercayaan. Dan heterophily terdapat perbedaan status sosial ekonomi, pendidikan, sikap, dan kepercayaan antara komunikator dan komunikan (Rakhmat, 1991: 262).

Penelitian membuktikan faktor kesamaan latar belakang

pendidikan, ekonomi dan status sosial sangat mempengaruhi dalam menarik perhatian massa. Seorang yang mempunyai kesamaan status dan tingkat pendidikan lebih cepat nyambung dan menyatu dengan lawan bicaranya. Makanya kita ingin komunikasi agar cepat nyambung sebaiknya menegaskan bahwa kita mempunyai kesamaan dengan komunikasi kita, baik ekonomi dan pendidikan maupun budaya.

Dalam hal kesamaan dapat mempermudah memahami dan menterjemahkan lambang yang menuju pada suatu motivasi berikutnya menimbulkan ide-ide baru. Di samping itu dengan ada kesamaan dalam latar belakang pendidikan dan pengalaman sehingga menimbulkan rasa hormat.

Lain halnya heterophily dengan masyarakat akan menjadi sulit dan komunikator selektif dalam menyampaikan pesan. Faktor heterophily merupakan kondisi perlu diperhatikan oleh para pelaksana komunikasi, lebih lagi bagi komunikator sebagai pimpinan yang mempunyai kekuasaan.

Pimpinan sebagai pemegang kekuasaan seharusnya memperhatikan faktor homophily dan heterophily serta atraksi. Bagi seorang pimpinan yang mempunyai atraksi fisik, yaitu cantik lebih mudah menumbuhkan dan menanamkan ideologi kepada bawahannya. Demikian halnya apabila seorang top leader mempunyai banyak kesamaan dengan bawahannya (homophily) akan sangat mudah mempengaruhi bawahannya.

Tapi seorang khalifah yang tidak mempunyai banyak kesamaan dengan bawahannya agak sulit menyesuaikan diri serta mempengaruhi bawahannya. Oleh karenanya menarik perhatian untuk diuraikan bagaimana proses seorang leader menumbuhkan pendukungnya. Untuk lebih jelasnya penulis menyebut dua ciri kepemimpinan, yaitu *charismatic power* dan *positional power* dan kaitannya dengan heterophily.

Naluri manusia hidup di dunia ini berkelompok. Antara kelompok tersebut saling mempengaruhi, sehingga insan itu merasa butuh akan kepentingan baik yang *charis-*

*matic power* maupun *positional power*. Dua ciri leader itu selalu timbul dalam komunitas masyarakat.

*Charismatic power* merupakan kekuasaan yang didasarkan pada pemikiran tradisional dan pertimbangan rasional. Artinya pimpinan kharismatik adalah kepemimpinan yang berdasarkan kepercayaan dan kepatuhan. Dan kesetiaan para pengikut timbul dari kepercayaan yang penuh kepada pemimpin yang dicintai, dihormati, dan dikaguminya, bukan karena alasan-alasan serta tindakan sang pemimpin (Effendi, 1981: 32).

Sedangkan *positional power* adalah suatu kepemimpinan yang didasarkan pada struktural sekaligus mengfungsikan bawahannya sesuai dengan bidangnya dan keahliannya masing-masing. Dengan kata lain, *positional power* merupakan kepemimpinan berdasarkan aturan-aturan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya.

Kedua gaya dan langgam kepemimpinan tersebut sangat berbeda dalam menjalankan tugas kepemimpinannya. *Charismatic power* biasanya muncul pada saat-saat genting dan massa berada dalam kesulitan, seperti dalam suasana revolusi, sebagai contoh Bung Karno, Ayatullah Khomeini dan Nelson Mandela.

Di lain sisi, *positional power* merupakan kepemimpinan yang didasarkan pada struktural sekaligus kepemimpinannya itu harus dipertanggungjawabkan kepada atasannya. Dan segala aktivitas kepemimpinan tidak boleh menyimpang dari ketentuan yang telah ditentukan.

Kedua *leader* itu ada manfaat dan kerugiannya masing-masing. Dilihat dari sudut pandang komunikasi, pemimpin merupakan komunikator dalam mempengaruhi bawahannya. Artinya, komunikator di sini ialah penyampai pesan-pesan atau perintah-perintah terhadap bawahannya. Namun demikian sebagai komunikator dalam menyampaikan aktivitas kepemimpinannya itu sedikit banyak harus difikirkan faktor heter-

*ophily*.

Istilah ini berarti derajat pasangan orang-orang yang berinteraksi yang berada dalam sifat-sifat tertentu. Komunikator dapat berinteraksi dengan salah seorang dari sejumlah komunikan yang satu sama lain berbeda. Di situ terdapat kecendrungan yang kuat untuk memilih komunikan lebih menayamai dia (Effendi, 1993: 65).

Kita kembali kepada tipe kepemimpinan *charismatic power*, sebagaimana telah disinggung, merupakan pemimpin yang berwibawa, sehingga bicara, tindakan, dan perilakunya menjadi "petuah" bahkan fatwa bagi masyarakatnya. Dengan kata lain kekuatan didalam pribadi *charismatic power* bagaikan ada magnet, sehingga apa saja yang diperintahkan tidak bisa dibantah oleh bawahan. Dengan demikian, kepatuhan kepada atasan merupakan ketundukan yang bersifat mutlak.

Oleh karenanya, dalam menjangkau dan mempengaruhi massa, seorang pemimpin harus mengetahui faktor *heterophily*. Karena perbedaan di antara bawahan dan atasan serta tingkat pengetahuan dalam khalayak sungguh beragam, sehingga dalam menyampaikan pesan-pesan seorang pemimpin perlu mencari kerangka acuan dari masyarakat itu sendiri agar komunikasinya bermakna.

Tak kalah pentingnya dalam hal ini adalah tingkat kecerdasan dan latar belakang yang berbeda. Ini harus dipahami oleh sang pemimpin agar ia tak terkendala dalam menjalankan tugasnya. Kenyataan ini mengharus para pemimpin terutama pemimpin *positional power* mencari *opinion leader* guna membujuk mereka untuk memahami sang pemimpin. Dalam konteks ini, ia sangat menentukan dalam masyarakat, karena ia dapat menjembatani antara pemimpin dan masyarakat.

Dari aneka tipe atau gaya kepemimpinan tersebut di atas, lalu mana yang amat cocok di masyarakat? Ini tergant-

tung kepada situasi dan keadaan yang sangat menentukan mana yang cocok dengan khalayak. Seorang pemimpin kharismatik tampaknya lebih cocok pada negara terbelakang atau yang sedang berkembang. Karena negara tersebut sedang membangun sangat menghindari konflik dan sangat memerlukan stabilitas agar program pembangunan dapat berjalan dengan lancar.

Dengan kata lain, seorang pemimpin kharismatik di negara yang baru mereka dipentingkan adalah kesatuan dan persatuan agar tercapai yang telah ditetapkan sebelumnya. Di sini yang penting adalah kepatuhan kepada penguasa atau sang pemimpin, tidak boleh tawar-menawar. Apabila terjadi gejolak, maka yang menyelesaikannya adalah figur kharismatik tersebut.

Akan halnya *positional power* sangat berperan dalam menjalankan programnya. *Positional power* suatu kepemimpinan nasional sehingga perkataan dan perilaku pemimpin serta program yang dijalankan sesuai dengan pikiran rasional. Artinya, lahirnya seorang pemimpin struktural adalah didasarkan pada keahlian dan kemampuan yang telah ditempa sebelumnya sesuai dengan ideologi masyarakat di mana pemimpin itu berkiprah.

*Positional power* dalam pengamatan penulis, umumnya berkembang di negara yang telah MILIKI, seperti Amerika Serikat, Inggris, Jerman, Jepang, dan Perancis. *Positional power* merupakan pemimpin yang telah dipersiapkan oleh organisasi atau partai politik tertentu. Dan berkembangnya *positional power* ini sangat tergantung pada demokrasi yang dilaksanakan di negara bersangkutan (A. Rani. Serambi Indonesia, 24 November 1994).

Ditinjau dari sudut manfaat penerapan kedua tipe pemimpin tersebut, sangat tergantung pada suasana dan negara mana, serta bagaimana ideologi negara bersangkutan. Kalau *charismatic power*, terus terang, banyak manfaatnya

bagi masyarakat yang sedang membangun. Sebab petuah figur kharismatik amat menentukan kestabilan negara. Namun demikian, selain ada manfaatnya, *charismatic power* itu juga kerugiannya. Kerugiannya terletak pada ketundukandan kepatuhan yang luar biasa, sehingga seorang pemimpin dianggap sebagai dewa, dan sangat tergantung pada norma. Karena pemahaman normatiflah, maka *charismatic power* itu ada.

Sedangkan keunggulan *positional power* terletak pada segala langkah dan program yang telah ditetapkan, dibarengi dengan pemahaman yang rasional. Pertimbangan rasional dan pengetahuanlah yang melatarbelakangi, sehingga jalannya suatu kekuatan berdasarkan pada posisi tertentu para pelaksana tugas. Dan dalam *positional power*, mereka menjalankan tugasnya berdasarkan keahlian masing-masing. Manfaatnya menjadi nyata pada pembagian tugas berdasarkan jobnya, sehingga menjadi suatu sistem kekuasaan yang utuh.

Adapun kerugian *positional power* terlihat pada kelas bawah. Kelas bawah terutama yang tidak mempunyai ketrampilan tidak mendapat posisi dari para penguasa. Bagi kaum yang tidak mempunyai ketrampilan khusus jangan harapkan mendapat jatah duduk di bawah sistem *positional power*. Dilihat dari segi ini, apabila di sana banyak tenaga yang tidak terlatih, maka sangat positif menimbulkan gejolak. Dan jika tidak dapat segera diatasi akan menumbuhkan kelas antara kaum elit dan kaum lemah.

Inilah suatu tinjauan singkat tentang *charismatic power* dan *positional power* ditinjau dari sudut pandang komunikasi yang berdasarkan pada *heterophily*. Kajian ini menjadi penting, karena pemimpin setiap saat harus berkomunikasi dengan bawahannya, sehingga untuk keberhasilan kepemimpinannya, perbedaan pandangan dan latar belakang harus diperhatikan oleh seorang pemimpin apakah itu *charismatic power* maupun *positional power*. Akhirnya atraksi

homophily dan heterophily sangat erat kaitannya dengan kekuasaan dalam rangka mempengaruhi bawahannya.

Terakhir bentuk komunikasi kelompok perspektif. Kita telah mengetahui adanya kelompok selain memecahkan problem, menyelesaikan tugas, membuat keputusan sampai membangkitkan gerakan separatis. Untuk ini kita mempergunakan format yang diciptakan oleh Cragam dan Wright (1980) dalam Rakhmat (1991), yaitu format diskusi seperti meja bundar, simposium, diskusi panel, kolokium dan prosedur parlementer.

Pada diskusi meja bundar komunikasi sangat lancar antara anggota kelompok. Umumnya jalannya diskusi berjalan sangat demokratis serta berlangsung kapan saja di mana saja.

Sedangkan simposium merupakan sejenis pidato yang disajikan dalam berbagai aspek yang bersifat krusial dan telah dirancang sebelumnya. Diskusi panel adalah format dirancang khusus yang anggota kelompoknya saling berinteraksi melalui moderator dari mereka sendiri.

Kolokium sejenis diskusi yang kesempatan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya kepada seorang ahli tertentu, prosedur parlemen adalah sebuah diskusi yang para peserta diskusi diatur sedemikian rupa guna mengambil sebuah keputusan. Demikianlah bentuk-bentuk komunikasi kelompok yang sering dipraktikkan sehari-hari.

## B. Psikologi Pesan

Manusia yang hidup setiap saat berkomunikasi. Dan salah satu unsur dari proses komunikasi adalah pesan. Pesan komunikasi adalah simbol-simbol yang dipahami oleh komunikan, pesan yang disalurkan melalui lambang, baik verbal maupun nonverbal.

Bahasa merupakan pesan verbal yang paling tua dipergunakan oleh manusia di dunia ini. Bahasa dapat membentuk manusia sekaligus berkembang serta dapat mengembangkan diri. Bahasa juga suatu aspek dalam proses berpikir.

### 1. Bahasa dan Pembentukannya pada Manusia

Manusia sejak lahir sudah mengenal bahasa dari lingkungannya. Ibunya sebagai pengantar untuk memahami bahasa. Manusia mengenal bahasa melalui belajar dari lingkungannya. Di samping itu instink bahasa sudah ada sejak manusia itu lahir.

Manusia mempergunakan bahasa mempengaruhi realitas fisik. Kita menerangkan di mana kita membangun sebuah rumah dan membukakan jendela agar masuk udara segar ke dalam kamar. Bahasa juga dapat mempengaruhi realitas psikologis. Kita mencintai teman dekat juga dengan mempergunakan bahasa.

Orang belajar dia sendiri sebagai seorang yang pandai terus dengan mempergunakan bahasa. Bahasa dapat digunakan untuk mengembangkan kreatifitas. Dan kita memakainya serta dan mengosip teman sejawat dengan mempergunakan bahasa.

Nyatanya bahasa telah dipergunakan secara luas dan dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Bahasa digunakan untuk menginformasikan, untuk mempengaruhi, hiburan, menghancurkan, mangganti dan untuk menyembunyikan (Benjamin, 1986: 35).

Bahasa digunakan untuk memberikan informasi. Kita-

berhubungan dengan orang lain dan menginformasikan pengalaman, pemikiran, gagasan, perasaan, kepercayaan, dan nilai-nilai. Bahasa dapat menggambarkan realitas ketika memberikan petunjuk, dan dapat menggambarkan realitas mental ketika kita menggambarkan pola dalam pemikiran kita.

Kita menggunakan bahasa untuk membujuk dan merayu untuk mempengaruhi pemikiran dan kepercayaan. Dengan kata lain bahasa digunakan mencapai tujuan persuasif.

Bahasa digunakan untuk hiburan. Kita menghibur diri sendiri, membuat lucu, mengerjakan teka-teki silang, menonton film, mendengarkan musik, membaca puisi dan novel. Singkatnya kebanyakan hiburan mengasosiasikan dengan bahasa dan bahasa diperuntukkan untuk hiburan.

Bahasa digunakan untuk merusak. Kita menggunakan bahasa untuk melukai dan menghancurkan orang. Kita membuat gosip dan desas-desus dengan bahasa.

Kadang-kadang bahasa digunakan untuk menggantikan aksi. Kita tidak tahu bagaimana pergi ke Amerika, namun kita dapat membaçanya melalui buku petunjuk perjalanan seolah-olah kita menjalani sendiri pengalaman ke luar negeri.

Kita menggunakan bahasa untuk menyembunyikan sesuatu. Kita sendiri dan orang lain mampu melakukannya dengan menggunakan bahasa. Kita sering mengatakan kepada anak-anak kalau keluar malam akan dimakan oleh hantu.

Tegasnya bahasa telah dipergunakan dalam berbagai aspek kehidupan, mulai pada hal-hal yang menguntungkan sampai pada hal yang merugikan kita. Bahasa dapat membentuk pola pikiran dan perilaku kita sehari-hari.

Yang terpenting adalah bagaimana mempergunakan bahasa dan sekaligus sanggup mempermainkan kata-kata untuk menolong kita dan memahami orang lain di sekeliling kita.

Bahasa sebagai kesatuan atau simbol yang merupakan

bagian dari arti sekaligus simbol sesuatu yang dapat melambangkan sesuatu yang lainnya. Oleh karenanya penggunaan bahasa dalam berkomunikasi harus disesuaikan dengan situasi dan pemikiran audience.

Dalam proses komunikasi meliputi penggunaan kata guna memahami makna dan harapan. Kita sangat berkepentingan untuk mengembangkan obyek dan ide sebuah pesan verbal. Arti dipahami orang bukan dalam bentuk kata. Oleh karena itu dalam berkomunikasi kita harus mentransletkan makna dengan kita ekspresikan ke dalam bahasa sekaligus audience akan menanggapi sesuai dengan makna yang kita maksudkan (Teri Kwal Gamble & Michael Gamble, 1984: 104).

Memahami makna dalam bahasa tergantung kepada intelektual para komunikan. Pemikiran seseorang juga dipengaruhi oleh sejauh mana mereka menguasai bahasa. Bahasa adalah alat utama dan berfikir. Dan kata dari bahasa atau kesatuan makna dapat dirumuskan dalam kalimat secara menakjubkan dalam menggambarkan hubungan antara obyek dan peristiwa di sekitar kita (Clifford T. Morgan & Richard A. King, 1971: 152).

Dalam memahami bahasa didasari oleh pengalaman memahami kata dalam menggambarkan benar-benar obyek. Dengan kata lain penggabungan kata harus memahami struktur dari bahasa itu sendiri. Di samping itu bagaimana manusia dapat berbahasa.

Menurut teori belajar, anak memperoleh pengetahuan bahasa melalui proses: asosiasi, imitasi, dan peneguhan. Asosiasi merupakan pengucapan dan struktur kalimat yang didengarnya. Peneguhan sebagai ungkapan kegembiraan yang dinyatakan ketika anak mengucapkan kata-kata dengan benar (Rakhmat, 1991: 271).

SEdangkan menurut Hunt (1982) dalam teori nativisme menggambarkan anak memperoleh pengetahuan tentang bahasa tertentu, ketika bahasa yang didengar membangkitkan respon

dari kemampuan berbahasa.

Bahasa dalam pembentukan pada manusia ada dua teori, yaitu bahasa yang dipelajari dan dipahami dari lingkungan dan rasa bahasa itu ada dari pembawaan manusia itu sendiri.

Dengan kata lain bahasa dapat membentuk diri manusia itu sendiri serta intelektual dari seorang tergantung sejauh mana manusia itu memahami bahasa. Memahami bahasa harus dapat memahami pola dan bahasa itu sendiri. Dalam proses komunikasi, bahasa sebagai alat atau sebagai pesan verbal harus sanggup dipahami oleh audience. Adanya bahasa sama dengan adanya manusia, adanya manusia sama dengan adanya komunikasi bahasa, lancarnya komunikasi karena adanya bahasa.

## 2. Pesan Verbal, Nonverbal dan Karakteristiknya

Sebagaimana kita ketahui dalam berkomunikasi situasi serta penyampaiannya mempunyai karakteristiknya masing-masing. Pesan verbal sering dipakai dalam keseharian kita. Namun pesan nonverbal lebih banyak lagi kita gunakan.

Dalam praktik kesehariannya ketika kita berkomunikasi 65% digunakan pesan nonverbal lebih dan 35% memakaipesan verbal. Namun pesan nonverbal lebih komulatif dan menunjukkan kekhasannya dalam berkomunikasi.

Pesan verbal bisa diucapkan dengan kata-kata, sehingga mudah diketahui serta gampang dimengerti dan kadang-kadang mudah dimanipulasi. Pesan verbal berciri khas, mempunyai bunyi apabila diucapkan, dan dapat dituliskan dan disimpan.

Dalam proses komunikasi pesan verbal dapat dipelajari dengan mudah, karena ia merupakan simbol-simbol. Demikian halnya bahasa merupakan rasa cipta dan karsa dari suatu bangsa.

Oleh karena bahasa dimiliki oleh semua bangsa dan tergantung pada bangsa dan negara mana ia hidup, maka pesan verbal dapat diekspresikan dengan jelas merupakan permainan suatu bangsa. Di samping itu pesan verbal dapat membentuk watak dan kepribadian sehingga dapat mengembangkan kreatifitas dan intelektual suatu masyarakat. Konsep-ensi logis dari pesan linguistik ini dapat membina pola pemikiran serta membentuk tingkah laku.

Sedangkan pesan nonverbal adalah semua jenis pesan yang bukan dengan kata-kata. Nonverbal komunikasi dilakukan kan terus menerus, sering kali tanpa sengaja. Kita tidak dapat berhenti pesan nonverbal.

Komunikasi nonverbal sama dengan komunikasi verbal hanya saja harus hati-hati menafsirkan pesan. Semua pesan verbal harus dievaluasi atau ditafsirkan ke dalam konteks yang terjadi, para peneliti komunikasi percaya bahwa syarat nonverbal lebih sukar dipahami ketimbang verbal (Teri Kwal Gamble & Michael Gamble, 1984: 127).

Dalam buku *Communication Concepts and Contents*, dikemukakan: Nonverbal Communication service a variety of uses in communication with others. Some of uses include (1) Repeating (2) Contradicting (3) Substituting (4) Accenting and (5) Regulating (Benjamin, 1986: 46).

Repeating: pengulangan kembali pesan verbal. Contradicting: pesan yang disampaikan berlawanan dengan makna aslinya. Substituting: menggantikan pesan verbal. Menau-kitkan atau menegaskan regulating menyiook dengan pesan nonverbal. Jelasnya pesan nonverbal sangat berfungsi dan dipergunakan dalam aspek kehidupan serta pendukung pesan verbal.

Pesan verbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal. Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan nonverbal ketimbang simbol. Pesan nonverbal menyampaikan maksud yang relatif bebas dari penipuan,

82

distorsi, dan kerancuan pesan nonverbal mencapai komunikasi kualitas tinggi. Pesan nonverbal merupakan cara komunikasi yang lebih tinggi dan lebih efisien dibandingkan dengan pesan verbal. Pesan nonverbal merupakan sarana sugesti yang paling tepat (Rakhmat, 1991: 289).

Alhasil pesan verbal dan nonverbal sama-sama berperan dalam menjembatani kehidupan ini. Namun pesan nonverbal menegaskan serta menjelaskan pesan verbal. Sedangkan pesan verbal dapat diucapkan dan disampaikan melalui kata-kata. Akhirnya baik pesan verbal dan nonverbal sama-sama alat serta proses dari komunikasi.

### 3. Organisasi Pesan

Pesan merupakan unsur yang terpenting dalam komunikasi. Pesan dalam komunikasi harus ditata sedemikian rupa sehingga berstruktur dan berikht sistematis. Pesan hendaknya dirancang sebgasus mungkin agar komunikasi lancar. Apabila pesan yang sudah berstruktur dan sudah dipakai dengan unsur seni lebih mudah ditangkap oleh komunikan.

Teori pesan yang disampaikan oleh Aristoteles ribuan tahun yang silam masih dipakai sampai sekarang. Konsep pesan yang dirancang tersebut: pendahuluan, penampilan masalah, penegasan argumentatif, kesimpulan (Effendi, 1986: 164).

Hubungan antara subbagian tersebut saling berkitan satu sama lain, sehingga tidak terpisah-pisah dan menjadi suatu kesatuan yang utuh serta sistematis. Konsep tersebut sampai sekarang masih dipakai baik dalam komunikasi massa maupun komunikasi interpersonal.

Pada bagian pendahuluan berfungsi menyiapkan atau memperkenalkan kepada audience secara psikologis mengenai masalah pokok yang akan dipaparkan. Dan pada penampilan masalah dikemukakan pokok pembahasannya sehingga menarik perhatian komunikan, sedangkan pada penegasan argumentasi

berfungsi memberikan dan mengungkapkan masalah serta menemukan jalan keluarnya pada struktur terakhir adalah kesimpulan, yang harus singkat, sederhana, dan berisi.

Karena itu pesan semestinya dirancang dengan struktur yang telah ditentukan. Apabila pesan dibalut dengan struktur dan dipolakan lebih mudah diserap oleh komunikan ketimbang pesan yang disampaikan secara acak. Di sini komunikator dituntut ketrampilan merancang dan menyimpulkan pesan-pesan agar mempunyai pengaruh yang efektif pada hadirin.

Menurut Aristoteles, organisasi pesan disusun secara deduktif, induktif dimulai dengan menyatakan dulu gagasan utama, kemudian memperjelas dengan keterangan-keterangan, penunjang, penyimpulan, dan bukti, sebaliknya urutan induktif logis, mengemukakan perincian-perincian kemudian menarik kesimpulan. Uraian kronologis, pesan disusun berdasarkan urutan waktu terjadinya peristiwa dengan urutan logis pesan disusun berdasarkan sebab ke akibat atau akibat ke sebab, dengan urutan spesial pesan disusun berdasarkan tempat. Sedangkan urutan topikal, pesan disusun berdasarkan topik pembicaraan, klasifikasinya, dari yang penting kepada yang kurang penting, dari yang mudah kepada yang sukar, dari yang dikenal kepada yang asing (Rakhmat, 1991: 46).

Organisasi pesan yang dipolakan tersebut merupakan konsep yang telah dipraktekkan sehingga bagi komunikator yang ingin berkomunikasi tinggal memilih mana yang lebih cocok dengan kondisi dan sesuai dengan suasana.

Namun ada satu lagi yang lebih penting, yaitu urutan psikologi. Psikologi pesan yang dikemukakan oleh Alan H. Monroe, attention (perhatian), need (kebutuhan), satisfaction (pemuasan), visualization (visualisasi), action (tindakan) (Rakhmat, 1991: 271).

Seorang yang ingin mempengaruhi orang lain atau suatu

kelompok harus menumbuhkan perhatiannya, kemudian bangkitkan kebutuhan serta berikan jalan keluarnya, gambarkanlah untung rugi terduga, akhirnya dorong audience untuk bertindak. Inilah psikologi pesan yang dirancang oleh para ahli komunikasi yang perlu diperhatikan bila ingin berkomunikasi.

#### 4. Struktur Pesan

Andaikan kita ingin berkomunikasi dihadapan khalayak yang kontroversi, maka dibutuhkan perhatian khusus, argumen mana yang perlu diperhatikan, apakah yang pro atau yang kontra. Dalam hal ini perlu dikutip konsep *primacy regency* Kohler et.al (1978: 170-171 dengan mengutip pendapat Cohen dalam Rakhmat, 1991: 297) sebagai berikut:

- (1) Bila pembicara menyajikan dua sisi persoalan (pro dan kontra), tidak ada keuntungan untuk berbicara yang pertama, karena berbagai kondisi (waktu, khalayak, tempat, dan sebagainya) akan menentukan pembicaraan yang paling berpengaruh.
- (2) Bila pendengar secara terbuka memihak satu sisi argumen, sisi yang lain tidak mungkin mengubah posisi mereka. Sikap nonkompromi ini mungkin timbul karena kebutuhan untuk mempertahankan harga diri. Mengubah posisi akan membuat orang kelihatan tidak konsisten, mudah dipengaruhi dan bahkan tidak jujur.
- (3) Jika pembicara menjanjikan dua sisi persoalan, kita biasanya lebih mudah dipengaruhi oleh sisi yang disajikan lebih dahulu. Jika ada kegiatan di antara penyajian, atau jika kita diperingatkan oleh pembicara tentang kemungkinan disesatkan orang, maka apa yang dikatakan terakhir lebih banyak berbicara efek, jika pendengar tidak tertarik pada subjek pembicaraan kecuali setelah menerima informasi tentang hal itu, mereka akan sukar mengingat dan menerapkan informasi

tersebut. Sebaliknya, jika mereka sudah tertarik pada suatu persoalan, mereka akan mengingatnya baik-baik dan menerapkannya.

- (4) Pembahasan setiap lebih sering terjadi jika gagasan yang dikehendaki atau yang diterima disajikan sebelum gagasan yang kurang dikehendaki jika pada awal penyajian, komunikator menyampaikan gagasan yang menyenangkan kita, kita akan cenderung memperhatikan dan menerima pesan-pesan berikutnya. Sebaliknya, jika ia memulai dengan hal-hal yang tidak menyenangkan kita, kita akan menjadi kritis dan cenderung menolak gagasan berikutnya, betapapun baiknya.
- (5) Urutan pro akan lebih efektif dari pada urutan kontra bila digunakan oleh sumber yang memenuhi otoritas dan dihormati oleh khalayak.
- (6) Argumen yang terakhir didengar akan selektif bila ada jangka waktu cukup lama di antara dua pesan, dan pengujian segera terjadi setelah pesan kedua (Rakhmat, 1991: 297-298).

##### 5. Imbauan Pesan

Menyajikan pesan membutuhkan dorongan dan kemampuan untuk disajikan pada khalayak. Seorang ingin mempengaruhi yang lainnya tentu harus dengan imbauan. Imbauan digerakkan berdasarkan dorongan biologis dan psikologis. Seorang manusia selain mempunyai kebutuhan biologis sekaligus psikologis. Manusia membutuhkan makan dan minum sekaligus kasih sayang dan cinta.

Seseorang komunikator ingin menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak, tentu harus dapat mengaitkan dan menggerakkan hati audience. Pesan yang disampaikan harus menyertakan kebutuhan biologis dan hasrat akan cinta, pesan yang disalurkan harus dapat menggerakkan motif-motif dasarnya tersebut.

Dalam menyampaikan pesan-pesan tentunya terus dapat mengimbau khalayak sedemikian rupa. Imbauan pesan yang sering dipraktekkan dan telah diteliti oleh para peneliti komunikasi meliputi imbauan rasional, imbauan emosional (Rakhmat, 1991: 298).

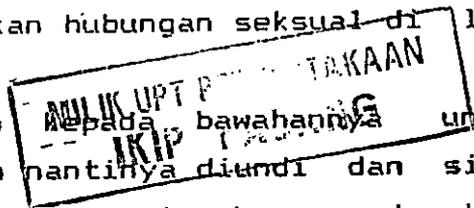
Imbauan pesan yang bersifat rasional dipraktekkan dan menggerakkan massa atau individual berdasarkan pemikiran yang logis, sistematis dan kritis. Imbauan rasional umumnya disajikan pada orang-orang berpendidikan tinggi dan dibarengi dengan intelektual serta argumentasi.

Seorang komunikator yang menggerakkan komunikasi berdasarkan hasrat-hasrat psikologis berdasarkan emosi disebut imbauan emosional. Imbauan emosional umumnya dipraktekkan pada komunikasi massa, yakni menggerakkan massa dengan dorongan dan membakar semangat. Imbauan emosional yang bersifat massa biasanya dalam pemilihan umum. Sedangkan imbauan emosional dalam face to face communication dapat dilihat pada wajah seperti berlinang air mata menandakan sedih.

Imbauan takut, pesan yang disampaikan dapat menakutkan audience, meresahkan, mencemaskan dan sejenisnya yang bersifat takut. Imbauan takut misalkan pesan tentang pembasmian dan pemberantasan AIDS. Hal ini dapat dilakukan dengan foto-foto orang yang terkena AIDS di jalan-jalan. Dan barang siapa yang melakukan hubungan seksual di luar nikah dikenakan hukum rajam.

Seorang atasan menyajikan kepada bawahannya untuk berdisiplin tinggi. Disiplin nantinya diundi dan siapa yang akan mendapat skor lebih tinggi akan mendapatkan hadiah naik haji. Imbauan ganjaran nampak digunakan pada komunikasi persuasif. Imbauan ganjaran lebih menyentuh ketimbang imbauan emosional.

Imbauan motivasional yaitu mendorong audience berdasarkan motivasi biologis dan psikologis. Dorongan biologis



seperti dahaga, lapar, dan seksual, bila komunikator menyampaikan pesan harus dapat menyentuh imbauan dorongan biologis. Dorongan psikologis seperti kasih sayang serta cinta. Oleh karena itu seorang komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus dapat menyentuh kebutuhan psikologis tersebut.

### C. Psikologi Media

Menurut McLuhan media merupakan perluasan jangkauan manusia. Menurutnya tangan kita adalah media, kereta yang kita naiki, TV, radio, serta film adalah media; mereka memperlebar dria seseorang. Setidak-tidaknya orang punya tiga macam media; yaitu menyatu dengan pesan sendiri, kombinasi keduanya (telepon), dan tiga adalah tangan yang dikatakan sebagai media dua muka (dalam Hanafi, 1984:101).

Berbeda dengan pendapat McLuhan, Berlo (dalam Rich, 1974:3) menyatakan bahwa media adalah merupakan saluran (dilihat, didengar, disentuh, dicium, dan dirasa) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan.

Apakah kita mengikuti definisi McLuhan atau Berlo atau tidak, yang penting dari perbandingan dua definisi tersebut terbukti bahwa konsep media itu tidak sesederhana tampaknya. Yang jelas, media itu sudah ada sebelum ada media massa modern. Yang penting dalam proses komunikasi ini adalah bagaimana kita bisa memilih dan menggunakannya untuk mencapai komunikasi yang efektif. Karena kita ketahui begitu banyak media yang kita gunakan dalam berkomunikasi, maka persoalan memilih media yang cocok adalah merupakan persoalan utama dalam penggunaan media. Untuk itu diperlukan pemahaman tentang karakteristik dari masing-masing media yang ada. Untuk itu dikemukakan disini pandangan psikologis tentang saluran komunikasi, mengenai perbedaan secara garis besar antara dua macam saluran komunikasi (Hanafi, 1984:104-111).

**Pandangan Psikologis Tentang Saluran Komunikasi tatap muka dengan komunikasi bermedia.**

**1. Indera yang dirangsang.**

Bila komunikasi itu berperantara, maka idera yang terangsang lebih terbatas, karena ada yang menghalangi. Radio dan telepon hanya bisa menjangkau indera pendengaran, bahan cetak hanya dapat menyentuh indera mata, TV hanya pada indera penglihatan dan pendengaran. Dengan ini maka seseorang harus mempertimbangkan kelihaiannya dalam penciptaan dan pemrograman media.

**2. Kecepatan memperoleh umpan balik.**

Dalam situasi komunikasi tatap muka, kesempatan untuk memperoleh umpan balik sangat besar dan cepat, tetapi jika komunikasi berperantara, kesempatan tersebut akan lebih kecil.

**3. Pengendalian jarak dan kecepatan.**

Pada komunikasi tatap muka seseorang dapat langsung mengajukan pertanyaan, mengarahkan pembicaraan dan mengendalikan jarak pembicaraan. Orang yang membaca dapat mengatur kecepatan membacanya, berhenti sejenak untuk memikirkannya, kemudian mengulangnya lagi, sehingga ia bisa lebih memahami pesan, tetapi pendengar radio, penonton film, atau TV tidak dapat melakukan kendali itu.

**4. Kode pesan.**

Sebagian besar proporsi informasi dalam komunikasi tatap muka berupa pesan-pesan nonverbal. Pada film dan TV kode non verbal itu lebih sedikit, lebih kecil lagi untuk media radio.

**5. Daya penggandaan.**

Komunikasi tatap muka dapat digandakan, tetapi memerlukan usaha keras. Sebaliknya komunikasi berprantara berkemungkinan besar dalam menggandakan pesan tersebut.

**6. Daya Simpan pesan.**

Pesan melalui tatap muka akan lenyap dengan segera, begitu pula melalui media elektronik, kecuali bila direkam. Tapi media cetak punya lebih banyak keunggulan dalam hal menyimpan pesan ini.

**7. Kemampuan dalam mengatasi selektivitas**

Seseorang dengan begitu mudah memindahkan gelombang radio, memindahkan saluran TV, tetapi orang tidak mudah untuk memutuskan komunikasi tatap muka tanpa menghilangkan rasa kesopanan.

**8. Kemampuan memenuhi kebutuhan penerima**

Media massa mempunyai kemampuan yang tiada taranya dalam melayani kebutuhan masyarakat umum secara cepat dan efisien, sedangkan komunikasi tatap muka dapat melayani keperluan khusus.

Walaupun uraian tersebut memaparkan perbedaan-perbedaan anatar media massa dan media tatap muka bukanlah berarti antara keduanya bertentangan atau terpisah secara mutlak, tetapi akan memiliki kekuatan yang besar bila dipadukan antara keduanya.

**D. Psikologi Komunikasi dari Sudut Karakteristik dan Teknik Mendengar**

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam teori psikologi tentang manusia yaitu psikoanalisis, behaviorisme, psikokognitif, dan psikologi humanities. Kesemua konsep tersebut merupakan karakteristik tentang manusia komunikasi. Dan yang lebih penting lagi adalah karakteristik sosial.

**1. Karakteristik Sosial Komunikasi**

Karakteristik sosial komunikasi merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan oleh komunikator, yang hidup dalam masyarakat yang dibentuk dan dibina oleh sistem dan norma.

serta struktur yang telah ditentukan sebelumnya.

Struktur kelompok sebagai pola hidup bermasyarakat, tingkat sosial serta norma-norma harus diperhatikan oleh komunikator. Karena norma agama, norma sosial, serta nilai-nilai telah mengatur hidup mereka sebelumnya.

Hubungan sosial seperti antara pejabat desa, pamong desa dan masyarakat desa biasa dikatakan karakteristik sosial komunikasi. Besarnya populasi (penduduk) dan terikat status ekonomi menjadi perhatian khusus dalam menata komunikasi agar pesan sampai kepada komunikasi. Dan tak kalah pentingnya lingkungan serta ideologi yang dianut oleh masyarakat tertentu menjadi karakter sosial dari komunikasi. Inilah karakteristik komunikasi ditinjau dari sosial kemasyarakatan.

## 2. Teknik Mendengarkan yang Efektif

Mendengar yang baik adalah suatu ketrampilan yang berharga. Setiap orang dalam pergaulan sehari-hari serta bergaul dengan temannya, mendengar radio atau berdiskusi perlu sekali menguasai ketrampilan mendengarkan yang baik.

Mendengarkan seperti berbicara berhubungan erat sekali dengan persepsi, sebab mendengar meliputi sensasi, seleksi, menyimpan dan mendapatkan kembali pesan yang dibicarakan oleh orang lain (Benjamin, 1988: 198).

Mendengarkan dalam bahasa Inggris disebut *listening*, yang melibatkan 3 proses yaitu *learning*, *selecting* dan *thinking*. *Learning* adalah proses fisik yang meliputi aksi fisik dari semua panca indra ke organ telinga.

*Listening* adalah proses psikologi, yang meliputi seleksi penafsiran, penyimpanan, dan mendapatkan kembali informasi. Dalam proses seleksi yang terpenting adalah pesan yang baru, karena pengalaman baru sangat mengesankan. Kedua pesan harus menarik perhatian dan jangan memboreskan. Faktor ketiga dari seleksi pesan dapat menyenangkan-

kan. Umumnya orang sangat memperhatikan pesan yang sangat menyenangkan.

Dalam menafsirkan pesan, pendengaran meliputi kerangka acuan, yang meliputi bidang kognitif dan afektif. Bidang kognitif yang mengasosiasikan pesan sebagai ide dengan kata yang didengarkan. Dan afektif meliputi apa yang kita dengar semua.

Jelasnya dalam mendengarkan yang terpenting adalah menyeleksi pesan; sekaligus menafsirkan dan mendapatkan kembali apa yang kita dengar tersebut. Kita mendengarkan pesan setiap hari harus selektif mungkin agar apa yang kita sampaikan mencapai tujuan.

Jauh lebih penting dalam bentuk mendengarkan yang efektif adalah fokus perhatian ketika kita mendengarkan. Jelas kelihatan bahwa jika mendengarkan yang efektif, kita harus sanggup menarik perhatian apa yang dikomunikasikan (Teri Kwal Gamble & Michael Gamble, 1984: 90). Jika kita ingin mendengarkan secara efektif, kita harus penuh perhatian terhadap apa yang kita dengarkan. Andai kata kita ingin fokus perhatian dan memperbaiki ketrampilan mendengarkan satu hal yang paling utama adalah membutuhkan pengendalian emosional kita.

Di samping itu, perhatikanlah efektifitas pendengaran kita dan hindarilah hal-hal yang merisaukan hati kita. Tanganilah kekurangan kita yang dapat diperbaiki untuk mencegah berbagai masalah. Ringkaslah ucapan yang memperjelas pemahaman, maka mulailah hal dalam pembicaraan dengan orang lain (Wareth, Reed, 1992: 17).

Pokoknya dalam mendengarkan, kita harus memperhatikan, memahami, menyeleksi, dan menaksir pesan-pesan yang disampaikan. Kesimpulannya menarik perhatian terhadap apa yang dikatakan menjadi hal yang sangat dominan, agar pendengaran kita efektif. Inilah teknik mendengarkan yang efektif yang dicantumkan oleh para komunikator.

## BAB V

### PENERAPAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI TERHADAP ANTROPOLOGI, SOSIOLOGI, BAHASA, DAN TEKNOLOGI

Eila diperhatikan lahirnya ilmu komunikasi dilatarbelakangi oleh berbagai disiplin ilmu. Banyak pakar komunikasi dengan latar belakang ilmu lain, misalnya Harold D. Lasswell (Ilmu Politik); Max Weber, Daniel Lerner, Everett M. Rogers (Sosiologi), Kurt Lewin, Carl I. Hovland dan Paul Lazarsfeld (Psikologi); Wilbur Schramm (Bahasa) dan Shannon-Weaver (Matematika dan Teknik).

Keadaan ini tidaklah mengherankan, banyaknya disiplin ilmu yang membidani lahirnya Ilmu Komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung, karena Ilmu Komunikasi memang mencakup semuanya, atau disebut juga dengan *ekletif* (Fisher, 1986:17). Sifat Ekletif ilmu komunikasi ini dilukiskan oleh Wilbur Schramm sebagai *jaian simpang paling ramai dengan segala disiplin yang melintasinya*. Secara skematis dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Wilbur Schramm dalam Winangsih (1993)

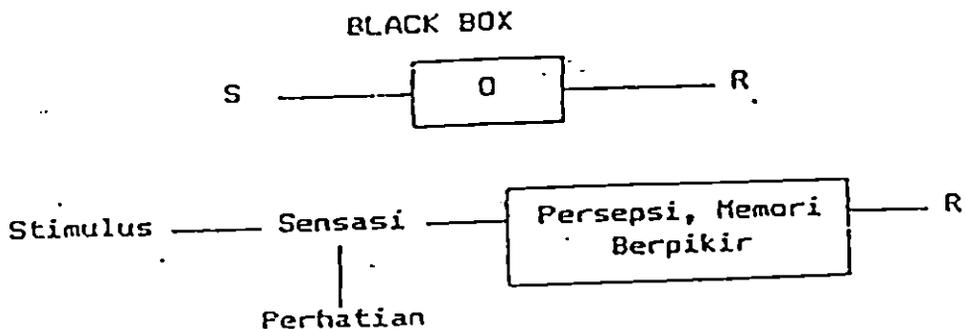
Sebagaimana halnya dengan ilmu komunikasi secara keseluruhan, maka psikologi komunikasi juga akan sama halnya, dalam arti bahwa psikologi komunikasi bisa dimasuki ilmu lain; antropologi, sosiologi, dalam hal ini termasuk bahasa dan teknologi, atau juga sebaliknya, psikologi komunikasi bisa diterapkan dalam bidang ilmu yang telah disebutkan tersebut. Berikut adalah penerapan psikologi komunikasi terhadap antropologi, sosiologi,

## Penerapan Psikologi Komunikasi Terhadap Antropologi, Sosiologi, Bahasa, dan Teknologi

Sebelum memasuki pembahasan penerapan psikologi komunikasi terhadap beberapa bidang yang telah disebutkan di atas, ada baiknya untuk memandu penalaran, ditinjau kembali pengertian dan ruang lingkup dari psikologi komunikasi. Menurut Rakhmat (1986:12) psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan dan mengendalikan peristiwa mental dan behavioral dalam proses dimana seseorang menyampaikan stimuli untuk mengubah tingkah laku individu yang lain. Winangsih (1993) menyatakan bahwa aspek yang terkandung dalam komunikasi adalah:

1. Stimuli (rangsangan): segala hal yang sampai pada alat indra kita.
2. Stimulus: peristiwa mental, maksudnya peristiwa yang terjadi pada diri kita.

Untuk lebih jelasnya peristiwa yang terjadi dalam proses komunikasi yang menjadi kajian psikologi tersebut dapat dilihat pada bagan berikut:



Sumber: Winangsih (1993).

- Black Box, disebut kotak hitam yang ada dalam pikiran seseorang.
- Sensasi, proses terjadinya penerpaan stimuli pada alat indera, yang dipengaruhi faktor situasional dan faktor personal.
- Persepsi, pemberian arti pada stimuli, stimuli sendiri adalah informasi yang menerpa alat indera kita.

- Memori, proses penyimpanan informasi, memanggilnya kembali.
- Berpikir, mengolah dan memanipulasi informasi untuk memenuhi kebutuhan/memberikan respon.

Ruang lingkup psikologi komunikasi adalah semua tingkatan komunikasi (mulai dari komunikasi intrapersona sampai komunikasi antarbudaya, dengan pembahasan komponen-komponen utama yang terlihat pada bagan berikut:

Komunikator	Pesan	Komunikan
- Kredibilitas	- Verbal & non verbal	- Karakteristik
- Sumber-sumber pengaruh komunikator tdk komunikan.	- Pengaruh lambang-lambang pada perilaku.	manusia (watak, kepribadian, sifat-sifat).
		- Faktor-faktor yg mempengaruhi perilaku.

Sumber: Winangsih (1993)

#### A. Penerapan Psikologi Komunikasi Terhadap Antropologi

Antropologi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari umat manusia manusia sebagai makhluk sosial. Ilmu ini memusatkan perhatiannya kepada ciri-ciri khusus fisik dan cara produksi, tradisi dan nilai-nilai yang membuat pergaulan hidup yang satu berbeda dari pergaulan hidup yang lainnya. Antropologi memandang manusia sebagai makhluk biologi maupun sebagai makhluk sosio-budaya. Namun dalam tinjauannya kedua sudut pandang ini tidak dipisahkan, bahkan dipandang secara holistik. Berdasarkan lapangan penyelidikan dan metode kerjanya, antropologi terbagi menjadi dua cabang besar, yakni antropologi fisik dan antropologi budaya. Antropologi fisik menyelidiki manusia sebagai makhluk biologi. Ia menyelidiki manusia dari aspek jasmaninya, yang mencakup asal-usul manusia, perkembangan evolusi organis, struktur tubuh dan kelompok manusia yang disebut ras. Antropologi budaya adalah cabang

antropologi yang menyelidiki kebudayaan pada umumnya. Antropologi budaya mempelajari seluruh cara hidup manusia. (Koentjaraningrat, 1981:5-7).

Dengan memperhatikan lapangan penyelidikan antropologi tersebut, serta mempertimbangkan pengertian psikologi dan ruang lingkupnya di atas dapat diketahui bahwa salah satu cabang antropologi fisik yang erat hubungannya dengan psikologi komunikasi adalah antropologi rasial. Sedangkan untuk lapangan antropologi budaya secara umum bisa diterapkan kajian psikologi komunikasi ke dalamnya, terutama pada subdisiplin antropologi linguistik, etnologi serta kebudayaan dan kepribadian. Secara umum dalam penjelasan komunikasi antarbudaya telah diketahui bahwa budaya berpengaruh besar pada persepsi, sikap, dan perilaku manusia.

Dari uraian di atas, dapat diketahui beberapa subdisiplin antropologi dimana kajian psikologi komunikasi dapat diterapkan ke dalamnya. Bila diperhatikan telah begitu banyak penelitian yang menyelidiki perbedaan antar ras, seperti Grace Halsell tentang stereotip antar ras, Chombar de Lauvre tentang kedudukan teritorial, Aiken tentang penampilan komunikator, Mary Shaw Ryan tentang pakaian, Barnlund tentang karakteristik fisik, Secord, Duker, dan Bevan tentang pengaruh ciri-ciri fisik, semua penelitian ini dilakukan dengan budaya atau antar ras. Dari kesimpulan mereka dapat diketahui bahwa stereotip, kedudukan teritorial, penampilan komunikator, karakteristik fisik berpengaruh terhadap komunikasi antar ras.

Begini juga halnya dalam bidang subdisiplin antropologi linguistik, beberapa penelitian telah dilakukan, diantaranya; Bosmajian tentang bahasa antar ras, Maurer tentang dialek antar ras. Mahl dan Shulze memasukkan variabel dialek, jarak berbicara, kehalusan respon, lama berbicara dan jarak interaksi. W.E. Lambert dalam studinya tentang stereotip vokal. Dialek dan komunikasi antar ras merupakan

aspek-aspek menarik bagi studi komunikasi, karena bentuk-bentuk tersebut berpengaruh pada komunikasi. Bila dikaitkan dengan pengertian psikologi komunikasi di atas maka hal ini terkait dengan masalah persepsi, yang merupakan kajian utama psikologi komunikasi. Selain itu kajian-kajian tentang etnosentris yang merupakan subdisiplin etnologi juga merupakan kajian yang menarik dalam studi psikologi komunikasi khususnya.

Dari beberapa contoh kajian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa psikologi komunikasi dapat diterapkan dalam bidang antropologi.

#### **B. Penerapan Psikologi Komunikasi Dalam Bidang Sosiologi.**

Untuk memahami kajian sosiologi ini ada baiknya dimulai dengan pengertiannya. Sunarto (1993:22) mengutip beberapa definisi sosiologi yang dikemukakan beberapa ahli sebagai berikut; Durkheim berpendapat bahwa sosiologi ialah suatu ilmu yang mempelajari fakta sosial, yaitu cara bertindak, berpikir, berperasaan, yang berada di luar individu, dan mempunyai kekuatan memaksa yang mengendalikannya. Weber menyatakan bahwa sosiologi adalah ilmu yang mempelajari tindakan sosial. Menurut Berger seorang ahli sosiologi bertujuan memahami masyarakat. Berger juga berpendapat bahwa istilah sosiologi berbeda dengan istilah sosiologis.

Selanjutnya sejumlah ahli sosiologi mengklasifikasikan pokok bahasan sosiologi menurut Collins, dapat dibedakan ke dalam sosiologi mikro dan sosiologi makro. Sosiologi mikro adalah melihat analisa terinci mengenai apa yang dilakukan, dikatakan, dan dipikirkan manusia dalam laju pengalaman sesaat. Sedangkan sosiologi makro melihat analisa proses sosial berskala besar dan berjangka panjang. Douglas membedakan atas sosiologi kultur sosial, yaitu mempelajari masyarakat secara keseluruhan serta

hubungan antara bagian-bagian antar masyarakat; dan sosiologi kehidupan sehari-hari, yang mengkhususkan diri pada apa yang terjadi antara individu dikala mereka berhadapan muka, bertindak dan berkomunikasi.

Dari beberapa definisi sosiologi dan definisi klasifikasi sosiologi di atas, bila dikaitkan dengan pengertian psikologi komunikasi, maka jelas ada kesamaan bidang kajiannya, terutama yang menyangkut interaksi manusia baik secara makro maupun mikro. Dengan ini sebetulnya kita telah meyakini bahwa kajian psikologi komunikasi dapat diterapkan pada semua bidang kajian sosiologi atau sebaliknya. Contoh penelitian yang menerapkan psikologi komunikasi dalam bidang sosiologi; Hall, Levine yang meneliti komunikasi konteks tinggi antar budaya. Hofstede dengan studinya tentang kerjasama multinasional.

### C. Penerapan Psikologi Komunikasi Terhadap Bahasa

Bahasa adalah merupakan alat komunikasi utama dalam proses interaksi manusia baik verbal maupun non verbal. komunikasi, karena melalui bahasalah simbol-simbol pesan disusun. Hal ini tidak dipungkiri lagi, baik ahli bahasa, sosiolog, antropolog dan ahli ilmu jiwa melihat bahasa sebagai unsur penting dalam komunikasi. Bahasa adalah suatu sistem dari tanda-tanda atau simbol-simbol pengalaman yang digunakan dalam berkomunikasi (Rich, 1974:126).

Bila dikaitkan dengan studi psikologi komunikasi, maka tidak dapat disangkal bahwa kedua bidang ini sangat terkait. Bahasa kalau dikaitkan dengan psikologi komunikasi merupakan stimuli yang diterima komunikan, yang selanjutnya akan mempengaruhi *black box* nya dalam mempersepsi simbol pesan yang disampaikan. Proses persepsi atau pemaknaan pesan inilah yang menjadi kajian psikologi komunikasi, karena tujuan utama dari studi psikologi komunikasi adalah untuk menciptakan komunikasi efektif

(terjadinya kesamaan makna antara komunikator dan komunikan). Beberapa contoh studi yang berkaitan dengan dua bidang kajian ini adalah; Alexander tentang pengaruh simbol dalam melihat obyek pada beberapa budaya, Whorf tentang pemaknaan simbol oleh orang Eskimo dan orang Inggris. Dan penelitian penulis juga merupakan kajian dua bidang ini, yaitu studi tentang pengaruh penggunaan Bahasa Daerah dengan Bahasa Nasional dalam peningkatan pengetahuan petani di Sumatera Barat.

#### **D. Penerapan Psikologi Komunikasi Terhadap Teknologi**

Bila dikaitkan dengan bidang komunikasi, maka teknologi sangat terkait dengan salah satu komponen atau unsur-unsur komunikasi, yaitu media. Dengan kemajuan teknologi-lah komunikasi dapat berkembang seperti yang kita lihat dan rasakan sekarang ini. Media sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesan dalam suatu proses komunikasi turut menentukan atau mempengaruhi efektifitas komunikasi.

Penerapan psikologi komunikasi dalam teknologi ini dapat kita lihat pada penelitian tentang efek media terhadap komunikan. Contohnya penelitian Tan tentang efek prososial dan antisosial di kalangan anak-anak yang menonton Televisi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buss, Arnold. 1973. *Psychology Man In Perspective*. John Willey & Sons Inc. Canada.
- Caulhoun J.F., dan Joan Ross Acocella. 1995. *Psikologi Tentang Penyesuaian Dan Hubungan Kemanusiaan*. Alih bahasa: R.S. Satmoko. IKIP Senarango Press.
- Clifford T. Morgan, Richard A. King. 1971. *Intoduction to psychology.*, Mc. Graw Hill Inc. Kogakhusa.
- Charles R. Wrighat. 1986. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Remadja Karya.
- Devito, J.A. 1994. *Human Communication: The Basic Course*. Hunter College of The City University of New York.
- Effendy, O.U. 1989. *Psikologi Manajemen Dan Administrasi*. Bandung: Mandar Maju.
- \_\_\_\_\_ 1993. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya.
- \_\_\_\_\_ 1986. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Fisher, B.A. 1996. *Komunikasi Antar Pribadi*. Terjemahan BKU Komunikasi UNPAD.
- Gerungan. 1991. *Psikologi Sosial*. Bandung: Eresco
- Hanafi, Abdillah. 1984. *Memahami Komunikasi antar Manusia*. Surabaya : Usaha Nasional.
- Koentjaraningrat ,. 1980. *Beberapa Pokok Antropologi Sosial*. Jakarta: Dian rakyat.
- \_\_\_\_\_ 1981. *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia.
- Mulyana, D. Dan J. Rakhmat. 1996. *Komunikasi antar Budaya*. Bandung: Remadja Rosda Karya.
- Rich A.L. 1974. *Interracial Communication*. Harper & Row, Publishers
- Rakhmat, Jalauddin. 1986. *Psikologi Komunikasi* Bandung: Remadja Karya.

- Samovar, L.A. , Richard E. Porter, & Nemi C. Jain. 1981  
*Understanding Intercultural Communication* , Wadsworth  
Publishing Company. Belmont, California.
- Suparlan, Parsudi. 1980. *Manusia, Kebudayaan, Dan  
Lingkungan Perspektif Antropologi Budaya*. Makalah.  
dalam Seminar Manusia Dalam Keserasian Lingkungan.
- Samsunuwati, M. dan Yuke. R.S. *Penganatar Psikologi  
Perkembangan*. Diklat. Fak. Psikologi UNPAD Bandung.
- Sarlito. 1978. *Berkenalan dengan Aliran-aliran dan  
Tokoh-Tokoh Psikologi*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Singlitary M.W. & Gerald Stone. *Communication Theory &  
reseach- applications..* IOWA State University Press.  
Ames.
- Sunarto. 1993. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: FE- UI
- Stone, Borden. 1976. *Human Communication The Process of  
Relating*. Cummings Publishing Company, Inc. Phliphnes  
Copyrighat.
- Tubbs. S. L. & Sylvia Moss. 1996. *Human Communicoation,  
Konteks-Konteks Komunikasi* . Terjemahan Deddy Mul-  
yana. Bandung : Remadja Rosdakarya.
- Winangsih, Nina. Syam. 1993. *Kumpulan Bidang Materi  
Komunikasi*. Bandung: Yayasan Arena Karya

- Samovar, L.A. , Richard E. Porter, & Nemi C. Jain. 1981  
*Understanding Intercultural Communication* , Wadsworth  
Publishing Company. Belmont, California.
- Suparlan, Parsudi. 1980. *Manusia, Kebudayaan, Dan  
Lingkungan Perspektif Antropologi Budaya*. Makalah.  
dalam Seminar Manusia Dalam Keserasian Lingkungan.
- Samsunuwati, M. dan Yuke. R.S. *Penganatar Psikologi  
Perkembangan*. Diktat. Fak. Psikologi UNPAD Bandung.
- Sarlito. 1978. *Berkenalan dengan Aliran-aliran dan  
Tokoh-Tokoh Psikologi*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Singlitary M.W & Gerald Stone. *Communication Theory &  
reseach applications..* IOWA State University Press.  
Ames.
- Sunarto. 1993. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: FE- UI
- Stone, Borden. 1976. *Human Communication The Process of  
Relating*. Cummings Publishing Company, Inc. Phliphnes  
Copyrightat.
- Tubbs. S. L. & Sylvia Moss. 1986. *Human Communication,  
Konteks-Konteks Komunikasi* . Terjemahan Deddy Mul-  
yana. Bandung : Remadja Rosdakarya.
- Winangsih, Nina. Syam. 1983. *Kumpulan Bidang Materi  
Komunikasi*. Bandung: Yayasan Arena Karya