

# PSIKOLOGI KOMUNIKASI



**Penulis :**

- Purnomo
- Shorihatul Inayah
- Nining Andriani
- Utami Nurhafsari Putri
- Bunga Mardhotillah
- Ros Patriani Dewi
- Zulkifli
- Netty Widiastuti
- Asri Rejeki

# **PSIKOLOGI KOMUNIKASI**

**Penulis:**

**Purnomo**

**Shorihatul Inayah**

**Nining Andriani**

**Utami Nurhafsari Putri**

**Bunga Mardhotillah**

**Ros Patriani Dewi**

**Zulkifli**

**Netty Widiastuti**

**Asri Rejeki**



## **PSIKOLOGI KOMUNIKASI**

### **Penulis :**

Purnomo  
Shorihatul Inayah  
Nining Andriani  
Utami Nurhafsari Putri  
Bunga Mardhotillah  
Ros Patriani Dewi  
Zulkifli  
Netty Widiastuti  
Asri Rejeki

Editor : Yuliatr Novita, S.Hum, M.Hum

Penyunting : Tri Putri Wahyuni, S.Pd, M.Pd

Desain Sampul dan Tata Letak : Meci Miftahi Izati, S.Tr. Kes

Diterbitkan oleh :

U ME Publishing

Anggota IKAPI No. 059/SBA/2024

Perumdam 4 Blok H No. 2 Kota Padang, Sumatera Barat

Email : [kontak@umepublishing.com](mailto:kontak@umepublishing.com)

Website : [umepublishing.com](http://umepublishing.com)

ISBN : 978-634-7277-07-7

Cetakan pertama, Mei 2025

© Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang keras memperbanyak, memfotokopi, Sebagian atau seluruh isi buku tanpa izin tertulis dari penerbit

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, maka Penulisan Buku dengan judul Psikologi Komunikasi dapat diselesaikan. Buku ini membahas tentang psikologi komunikasi, persepsi dalam komunikasi, dinamika komunikasi verbal, komunikasi non verbal, komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi massa, pengaruh media dalam komunikasi serta komunikasi persuasif.

Buku ini masih banyak kekurangan dalam penyusunannya. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan buku ini selanjutnya. Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian Buku ini. Semoga Buku ini dapat menjadi sumber referensi dan literatur yang mudah dipahami.

Padang, 26 Mei 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Kata Pengantar.....</b>                                                     | <b>i</b>  |
| <b>Daftar Isi .....</b>                                                        | <b>ii</b> |
| <b>BAB 1.....</b>                                                              | <b>1</b>  |
| <b>PSIKOLOGI KOMUNIKASI.....</b>                                               | <b>1</b>  |
| 1.1 Definisi dan Tujuan Psikologi Komunikasi.....                              | 1         |
| 1.2 Peran dan Tanggung Jawab Seorang Psikolog<br>dalam Konteks Komunikasi..... | 8         |
| 1.3 Prinsip-Prinsip Dasar Komunikasi .....                                     | 14        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                    | <b>19</b> |
| <b>BAB 2.....</b>                                                              | <b>21</b> |
| <b>PERSEPSI DALAM KOMUNIKASI .....</b>                                         | <b>21</b> |
| 2.1 Pendahuluan.....                                                           | 21        |
| 2.2 Konsep Dasar Persepsi .....                                                | 22        |
| 2.3 Hubungan Persepsi Dan Komunikasi .....                                     | 27        |
| 2.4 Jenis-Jenis Persepsi Dalam Komunikasi.....                                 | 31        |
| 2.5 Persepsi Dalam Berbagai Konteks Komunikasi.....                            | 37        |
| 2.6 Pengembangan Persepsi Yang Efektif Dalam<br>Komunikasi .....               | 42        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                    | <b>46</b> |
| <b>BAB 3.....</b>                                                              | <b>49</b> |
| <b>DINAMIKA KOMUNIKASI VERBAL .....</b>                                        | <b>49</b> |
| 3.1 Pengantar Komunikasi Verbal .....                                          | 49        |
| 3.2 Komponen-Komponen Komunikasi Verbal .....                                  | 56        |
| 3.3 Fungsi Komunikasi Verbal.....                                              | 65        |
| 3.4 Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Verbal....                             | 73        |
| 3.5 Hambatan dalam Komunikasi Verbal .....                                     | 79        |

|                                                                                   |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.6 Dinamika Komunikasi Verbal dalam Konteks Sosial.....                          | 85         |
| 3.7 Strategi Efektif dalam Komunikasi Verbal.....                                 | 88         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                       | <b>95</b>  |
| <b>BAB 4.....</b>                                                                 | <b>99</b>  |
| <b>KOMUNIKASI NONVERBAL .....</b>                                                 | <b>99</b>  |
| 4.1 Pengertian Komunikasi Nonverbal .....                                         | 99         |
| 4.2 Fungsi Komunikasi Nonverbal.....                                              | 104        |
| 4.3 Jenis-Jenis Komunikasi Nonverbal.....                                         | 110        |
| 4.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Nonverbal .....                    | 116        |
| 4.5 Peran Komunikasi Nonverbal dalam Berbagai Konteks .....                       | 122        |
| 4.6 Hambatan dan Kesalahpahaman dalam Komunikasi Nonverbal .....                  | 127        |
| 4.7 Cara Mengembangkan Kemampuan Komunikasi Nonverbal .....                       | 131        |
| 4.8 Studi Kasus dan Contoh Komunikasi Nonverbal dalam Kehidupan Sehari-hari ..... | 136        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                       | <b>142</b> |
| <b>BAB 5.....</b>                                                                 | <b>143</b> |
| <b>KOMUNIKASI INTRAPERSONAL.....</b>                                              | <b>143</b> |
| 5.1 Pendahuluan .....                                                             | 143        |
| 5.2 Proses Komunikasi Intrapersonal.....                                          | 146        |
| 5.3 Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Intrapersonal .....                       | 149        |
| 5.4. Teori dan Model Komunikasi Intrapersonal.....                                | 153        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                       | <b>157</b> |

|                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>BAB 6.....</b>                                                     | <b>159</b> |
| <b>KOMUNIKASI INTERPERSONAL .....</b>                                 | <b>159</b> |
| 6.1 Definisi Komunikasi Interpersonal .....                           | 159        |
| 6.2 Komponen Dasar Komunikasi Interpersonal .....                     | 160        |
| 6.3 Aspek-aspek Komunikasi Interpersonal .....                        | 161        |
| 6.4 Tipe-tipe Komunikasi Interpersonal.....                           | 163        |
| 6.5 Teori-teori Komunikasi Interpersonal.....                         | 165        |
| 6.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi<br>Interpersonal ..... | 170        |
| 6.7 Gaya Komunikasi Interpersonal .....                               | 172        |
| 6.8 Hambatan dalam Komunikasi Interpersonal .....                     | 173        |
| 6.9 Meningkatkan Keterampilan Komunikasi<br>Interpersonal .....       | 177        |
| 6.10 Komunikasi sebagai Keterampilan Hidup<br>(Life Skill) .....      | 178        |
| 6.11 Komunikasi Interpersonal dalam Era Digital .....                 | 179        |
| 6.12 Studi Kasus dan Refleksi.....                                    | 183        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                           | <b>184</b> |
| <b>BAB 7.....</b>                                                     | <b>187</b> |
| <b>KOMUNIKASI MASSA .....</b>                                         | <b>187</b> |
| 7.1 Pendahuluan.....                                                  | 187        |
| 7.2 Pengertian Komunikasi Massa .....                                 | 193        |
| 7.3 Teori-teori Komunikasi Massa.....                                 | 196        |
| 7.4 Media dan Pengaruhnya terhadap Psikologi<br>Individu .....        | 201        |
| 7.5 Komunikasi Massa dalam Konteks Sosial dan<br>Budaya .....         | 207        |
| 7.6 Dinamika Audiens dalam Komunikasi Massa.....                      | 210        |

|                                                          |            |
|----------------------------------------------------------|------------|
| 7.7 Etika dan Tanggung Jawab dalam Komunikasi Massa..... | 214        |
| 7.8 Perkembangan Teknologi dan Komunikasi Massa.....     | 218        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                              | <b>224</b> |
| <b>BAB 8.....</b>                                        | <b>227</b> |
| <b>PENGARUH MEDIA DALAM KOMUNIKASI.....</b>              | <b>227</b> |
| 8.1 Definisi Komunikasi .....                            | 227        |
| 8.2 Komponen- komponen Komunikasi.....                   | 228        |
| 8.3 Faktor- faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi... ..    | 230        |
| 8.4 Jenis- jenis Media dalam Komunikasi.....             | 234        |
| 8.5 Dasar Pemilihan Media Komunikasi.....                | 237        |
| 8.6 Pengaruh Media Massa dalam Kehidupan.....            | 239        |
| 8.7 Komunikasi di Era Digital.....                       | 241        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                              | <b>244</b> |
| <b>BAB 9.....</b>                                        | <b>245</b> |
| <b>KOMUNIKASI PERSUASIF.....</b>                         | <b>245</b> |
| 9.1. Pendahuluan .....                                   | 245        |
| 9.2.Definisi Komunikasi Persuasif .....                  | 245        |
| 9.3. Model Komunikasi Persuasi .....                     | 249        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                              | <b>259</b> |
| <b>BIODATA PENULIS.....</b>                              | <b>261</b> |





# **BAB 1**

## **PSIKOLOGI KOMUNIKASI**

### **1.1 Definisi dan Tujuan Psikologi Komunikasi**

**Psikologi komunikasi** merupakan cabang ilmu yang mempelajari hubungan antara proses mental manusia dan perilaku komunikasi. Dalam konteks ini, psikologi komunikasi berfokus pada bagaimana pikiran, emosi, persepsi, motivasi, dan kepribadian individu memengaruhi cara mereka menyampaikan dan menerima pesan.

Menurut Devito (2019), psikologi komunikasi adalah studi tentang bagaimana faktor psikologis individu mempengaruhi proses komunikasi interpersonal, baik dalam konteks verbal maupun nonverbal. Komunikasi tidak hanya tentang pertukaran informasi, tetapi juga tentang bagaimana individu menginterpretasi pesan berdasarkan latar belakang psikologisnya.

Menurut West dan Turner (2018) menjelaskan bahwa psikologi komunikasi bertujuan untuk memahami bagaimana proses mental, seperti persepsi, atensi, dan memori, membentuk respon seseorang dalam komunikasi. Melalui pemahaman ini, para komunikator dapat lebih efektif

## **Psikologi Komunikasi**

menyusun pesan yang sesuai dengan karakteristik psikologis audiensnya.

Secara sederhana bahwa psikologi komunikasi membahas bagaimana manusia menyampaikan dan menerima pesan dalam berbagai konteks komunikasi, serta faktor-faktor psikologis yang memengaruhi efektivitas komunikasi tersebut, dengan tujuan antara lain:

1. Memahami Proses Kognitif dalam Komunikasi;

Psikologi komunikasi membantu menjelaskan bagaimana individu menerima, memproses, dan menyimpan informasi dalam konteks komunikasi. Misalnya, bagaimana perhatian dan memori memengaruhi efektivitas pesan yang disampaikan (Myers & DeWall, 2019).

2. Mengidentifikasi Faktor Emosional dan Motivasi dalam Komunikasi;

Emosi dan motivasi memegang peran penting dalam komunikasi. Seseorang yang termotivasi secara intrinsik akan lebih terbuka dalam menerima pesan dibandingkan individu yang merasa tertekan atau tidak tertarik (Schunk, Pintrich, & Meece, 2017).

3. Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Interpersonal;

Dengan memahami aspek psikologis dari komunikasi, seseorang dapat mengembangkan keterampilan

interpersonal yang lebih baik, seperti empati, keterbukaan, dan kepekaan terhadap isyarat nonverbal (Burgoon et al., 2016).

4. Mengatasi Hambatan Psikologis dalam Komunikasi;

Hambatan psikologis seperti prasangka, stereotip, kecemasan komunikasi, dan persepsi yang salah dapat mengganggu proses komunikasi. Psikologi komunikasi memberikan strategi untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut.

Dengan kata lain, psikologi komunikasi memiliki peran penting dalam membentuk komunikasi yang sehat, efektif, dan bermakna. Dalam era informasi saat ini, pemahaman tentang aspek psikologis dari komunikasi menjadi semakin penting, terutama dalam dunia pendidikan, bisnis, dan media sosial, di mana interaksi manusia terjadi secara masif dan kompleks. Adapun tujuan utama dari psikologi komunikasi adalah untuk memahami bagaimana individu memproses informasi, bagaimana pesan-pesan memengaruhi sikap dan perilaku, serta bagaimana komunikasi dapat dimanfaatkan untuk mengubah opini dan menciptakan hubungan yang efektif.

### **Secara rinci, tujuan psikologi komunikasi antara lain:**

1. Menganalisis proses mental dalam komunikasi, seperti persepsi, atensi, emosi, dan memori yang terlibat ketika individu menerima dan memaknai pesan.
2. Mengembangkan strategi komunikasi yang efektif dengan mempertimbangkan kondisi psikologis komunikan.
3. Memprediksi reaksi psikologis terhadap pesan yang diterima, baik dalam konteks interpersonal, organisasi, maupun media massa.
4. Mendukung perubahan sikap dan perilaku individu atau kelompok melalui pendekatan persuasif yang berbasis pada prinsip-prinsip psikologi.
5. Mengidentifikasi hambatan psikologis dalam komunikasi, seperti prasangka, stres, atau kecemasan, untuk menciptakan komunikasi yang lebih terbuka dan empatik.

Melalui pemahaman psikologi komunikasi, praktisi komunikasi dapat menyampaikan pesan secara lebih tepat sasaran dan membangun hubungan interpersonal yang sehat serta produktif terhadap ruang lingkungannya.

### **Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi**

Ruang lingkup psikologi komunikasi mencakup berbagai aspek yang menjelaskan bagaimana proses psikologis individu

memengaruhi cara mereka berkomunikasi, serta bagaimana komunikasi itu sendiri dapat memengaruhi kondisi psikologis seseorang. Ilmu ini bersifat multidisipliner, karena mengintegrasikan prinsip-prinsip dari psikologi, ilmu komunikasi, dan sosiologi dalam rangka memahami perilaku komunikasi manusia secara menyeluruh.

Menurut Burgoon, Guerrero, dan Floyd (2016), psikologi komunikasi menjangkau aspek-aspek komunikasi verbal dan nonverbal, emosi, persepsi, sikap, dan interaksi sosial yang terjadi dalam berbagai konteks baik antar pribadi, kelompok, organisasi, maupun massa.

Secara umum, ruang lingkup psikologi komunikasi dapat dijabarkan sebagai berikut:

### **1. Proses Persepsi dalam Komunikasi**

Persepsi merupakan proses awal dalam komunikasi, di mana individu menangkap, menginterpretasi, dan memberikan makna terhadap informasi yang diterima. Myers dan DeWall (2019) menyatakan bahwa persepsi dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, kondisi emosional, dan skema kognitif seseorang. Pemahaman terhadap proses ini penting agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif.

### **2. Sikap dan Perubahan Sikap**

Komunikasi juga berfungsi sebagai sarana untuk membentuk dan mengubah sikap. Schunk, Pintrich, dan Meece (2017) menekankan bahwa komunikasi persuasif sangat bergantung pada pemahaman psikologis mengenai cara individu membentuk keyakinan dan sikap terhadap sesuatu. Oleh karena itu, psikologi komunikasi digunakan dalam bidang periklanan, kampanye sosial, dan edukasi publik.

### **3. Emosi dan Motivasi dalam Komunikasi**

Emosi seperti marah, senang, takut, dan sedih mempengaruhi cara seseorang berkomunikasi. Dalam hal ini, psikologi komunikasi menelaah bagaimana emosi dapat memperkuat atau menghambat efektivitas komunikasi. Selain itu, motivasi juga memainkan peran kunci dalam mendorong seseorang untuk berpartisipasi aktif dalam komunikasi (West & Turner, 2018).

### **4. Komunikasi Nonverbal**

Bahasa tubuh, ekspresi wajah, intonasi suara, dan gerakan menjadi bagian penting dari komunikasi nonverbal. Burgoon et al. (2016) menyoroti bahwa komunikasi

nonverbal sering kali lebih kuat dari pesan verbal, terutama dalam menyampaikan emosi dan sikap.

## **5. Gangguan Psikologis dan Hambatan Komunikasi**

Gangguan seperti kecemasan komunikasi, introversi berlebihan, atau trauma masa lalu dapat menjadi penghambat komunikasi efektif. Psikologi komunikasi berusaha mengidentifikasi dan memberikan solusi terhadap hambatan-hambatan ini agar interaksi manusia menjadi lebih sehat dan produktif (Devito, 2019).

## **6. Aplikasi Psikologi Komunikasi dalam Kehidupan Sosial**

Ruang lingkup psikologi komunikasi juga mencakup penerapannya dalam berbagai bidang, seperti:

- **Pendidikan:** untuk meningkatkan efektivitas pengajaran dan pemahaman siswa.
- **Bisnis dan organisasi:** untuk membangun kerja sama tim, kepemimpinan, dan pelayanan pelanggan.
- **Media dan periklanan:** dalam penyusunan pesan yang menarik secara psikologis.
- **Kesehatan mental:** sebagai alat dalam terapi dan konseling.



## **Psikologi Komunikasi**

Dengan demikian, ruang lingkup psikologi komunikasi sangat luas dan menyentuh hampir semua aspek kehidupan manusia. Pemahaman yang baik terhadap ruang lingkup ini memungkinkan kita untuk menjadi komunikator yang lebih sadar, empatik, dan strategis dalam berinteraksi.

### **1.2 Peran dan Tanggung Jawab Seorang Psikolog dalam Konteks Komunikasi**

Dalam konteks komunikasi, psikolog memiliki peran strategis dan tanggung jawab penting dalam membantu individu maupun kelompok mencapai efektivitas komunikasi yang sehat dan produktif. Komunikasi tidak sekadar pertukaran informasi, melainkan juga melibatkan emosi, persepsi, motivasi, dan nilai-nilai yang melekat pada diri manusia. Oleh karena itu, pemahaman psikologis terhadap proses komunikasi menjadi sangat krusial.

#### **Peran Psikolog dalam Konteks Komunikasi**

1. **Fasilitator Komunikasi yang Sehat** Psikolog bertindak sebagai fasilitator dalam menciptakan komunikasi yang terbuka, empatik, dan bebas dari prasangka. Dalam dunia pendidikan, organisasi, hingga hubungan keluarga, psikolog membantu individu mengenali gaya komunikasi

masing-masing serta hambatan psikologis yang mungkin menghambat komunikasi (Myers & DeWall, 2019).

2. **Konsultan Komunikasi Interpersonal** Dalam ranah klinis maupun non-klinis, psikolog sering diminta menjadi konsultan dalam menangani konflik interpersonal, masalah relasi, atau ketidakefektifan komunikasi. Mereka menggunakan pendekatan psikologi komunikasi untuk mengidentifikasi pola komunikasi destruktif dan menggantinya dengan strategi yang lebih adaptif (West & Turner, 2018).
3. **Mediator dan Negosiator** Psikolog sering menjadi pihak ketiga dalam proses mediasi atau negosiasi, baik di lingkungan kerja, pendidikan, maupun keluarga. Dengan keahlian dalam memahami emosi, persepsi, dan motivasi, psikolog dapat membantu dua pihak atau lebih untuk saling memahami perspektif satu sama lain dan membangun kesepakatan (Devito, 2019).
4. **Pendidik dan Trainer Komunikasi Efektif** Dalam dunia pelatihan (training) dan pengembangan sumber daya manusia, psikolog memiliki peran dalam memberikan edukasi tentang pentingnya komunikasi yang empatik, asertif, dan non-verbal yang tepat. Pelatihan ini sering diberikan di perusahaan, institusi pendidikan, bahkan dalam setting terapi kelompok (Schunk et al., 2017).

## Psikologi Komunikasi

5. **Peneliti Perilaku Komunikasi** Psikolog juga berperan dalam melakukan penelitian mengenai bagaimana faktor-faktor psikologis seperti kepercayaan diri, kecemasan komunikasi, atau persepsi sosial mempengaruhi interaksi antarmanusia.

Hasil penelitian ini digunakan untuk mengembangkan teori serta intervensi yang relevan dalam meningkatkan kualitas komunikasi (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016).

### Tanggung Jawab Psikolog dalam Komunikasi

1. **Menjaga Etika Komunikasi** Psikolog memiliki tanggung jawab etis untuk menjaga kerahasiaan informasi, mendengarkan secara aktif tanpa menghakimi, dan memastikan bahwa proses komunikasi berlangsung dalam koridor profesionalisme dan empati. Prinsip ini sejalan dengan kode etik profesi psikologi internasional (APA, 2017).
2. **Memberdayakan Klien melalui Komunikasi** Tanggung jawab utama psikolog adalah memberdayakan klien agar mampu mengkomunikasikan kebutuhan, emosi, dan pikirannya secara jelas dan konstruktif. Ini melibatkan keterampilan seperti aktif mendengarkan, refleksi perasaan, dan komunikasi asertif.
3. **Menghindari Penyalahgunaan Informasi Psikologis** Psikolog tidak boleh menggunakan informasi psikologis

untuk manipulasi atau kepentingan pribadi. Dalam konteks komunikasi, mereka harus berhati-hati agar tidak menyalahgunakan pemahaman mereka tentang psikologi manusia untuk memengaruhi orang lain secara tidak etis (Myers & DeWall, 2019).

4. **Mengembangkan Komunikasi Inklusif** Psikolog bertanggung jawab untuk mendorong komunikasi yang inklusif, yang menghargai keragaman budaya, gender, dan latar belakang sosial. Dalam hal ini, mereka harus mampu menyesuaikan gaya komunikasi sesuai konteks dan karakteristik audiens yang berbeda (Gamble & Gamble, 2018).

Dalam konteks komunikasi, psikolog memiliki peran strategis dan tanggung jawab penting dalam membantu individu maupun kelompok mencapai efektivitas komunikasi yang sehat dan produktif. Komunikasi tidak sekadar pertukaran informasi, melainkan juga melibatkan emosi, persepsi, motivasi, dan nilai-nilai yang melekat pada diri manusia. Oleh karena itu, pemahaman psikologis terhadap proses komunikasi menjadi sangat krusial.

### **Peran Psikolog dalam Konteks Komunikasi**

1. **Fasilitator Komunikasi yang Sehat** Psikolog bertindak sebagai fasilitator dalam menciptakan komunikasi yang terbuka, empatik, dan bebas dari prasangka. Dalam dunia

## Psikologi Komunikasi

pendidikan, organisasi, hingga hubungan keluarga, psikolog membantu individu mengenali gaya komunikasi masing-masing serta hambatan psikologis yang mungkin menghambat komunikasi (Myers & DeWall, 2019).

2. **Konsultan Komunikasi Interpersonal** Dalam ranah klinis maupun non-klinis, psikolog sering diminta menjadi konsultan dalam menangani konflik interpersonal, masalah relasi, atau ketidakefektifan komunikasi. Mereka menggunakan pendekatan psikologi komunikasi untuk mengidentifikasi pola komunikasi destruktif dan menggantinya dengan strategi yang lebih adaptif (West & Turner, 2018).
3. **Mediator dan Negosiator** Psikolog sering menjadi pihak ketiga dalam proses mediasi atau negosiasi, baik di lingkungan kerja, pendidikan, maupun keluarga. Dengan keahlian dalam memahami emosi, persepsi, dan motivasi, psikolog dapat membantu dua pihak atau lebih untuk saling memahami perspektif satu sama lain dan membangun kesepakatan (Devito, 2019).
4. **Pendidik dan Trainer Komunikasi Efektif** Dalam dunia pelatihan (training) dan pengembangan sumber daya manusia, psikolog memiliki peran dalam memberikan edukasi tentang pentingnya komunikasi yang empatik, asertif, dan non-verbal yang tepat. Pelatihan ini sering

diberikan di perusahaan, institusi pendidikan, bahkan dalam setting terapi kelompok (Schunk et al., 2017).

5. **Peneliti Perilaku Komunikasi** Psikolog juga berperan dalam melakukan penelitian mengenai bagaimana faktor-faktor psikologis seperti kepercayaan diri, kecemasan komunikasi, atau persepsi sosial mempengaruhi interaksi antarmanusia. Hasil penelitian ini digunakan untuk mengembangkan teori serta intervensi yang relevan dalam meningkatkan kualitas komunikasi (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016).

### **Tanggung Jawab Psikolog dalam Komunikasi**

1. **Menjaga Etika Komunikasi**

Psikolog memiliki tanggung jawab etis untuk menjaga kerahasiaan informasi, mendengarkan secara aktif tanpa menghakimi, dan memastikan bahwa proses komunikasi berlangsung dalam koridor profesionalisme dan empati. Prinsip ini sejalan dengan kode etik profesi psikologi internasional (APA, 2017).

2. **Memberdayakan Klien melalui Komunikasi**

Tanggung jawab utama seorang psikolog adalah memberdayakan klien agar mampu meng-komunikasikan kebutuhan, emosi, dan pikirannya secara jelas dan konstruktif. Hal ini tentu melibatkan keterampilan seperti

## **Psikologi Komunikasi**

aktif mendengarkan, refleksi perasaan, dan komunikasi asertif.

### **3. Menghindari Penyalahgunaan Informasi Psikologis**

Psikolog tidak boleh menggunakan informasi psikologis untuk manipulasi atau kepentingan pribadi. Dalam konteks komunikasi, mereka harus berhati-hati agar tidak menyalahgunakan pemahaman mereka tentang psikologi manusia untuk memengaruhi orang lain secara tidak etis (Myers & DeWall, 2019).

### **4. Mengembangkan Komunikasi Inklusif**

Psikolog bertanggung jawab untuk mendorong komunikasi yang inklusif, yang menghargai keragaman budaya, gender, dan latar belakang sosial.

Dalam hal ini, mereka harus mampu menyesuaikan gaya komunikasi sesuai konteks dan karakteristik audiens yang berbeda (Gamble & Gamble, 2018).

## **1.3 Prinsip-Prinsip Dasar Komunikasi**

Komunikasi merupakan proses yang kompleks dan berlangsung terus-menerus dalam kehidupan manusia. Agar komunikasi berjalan secara efektif, diperlukan pemahaman terhadap prinsip-prinsip dasar yang membentuk struktur dan dinamika komunikasi itu sendiri. Prinsip-prinsip ini berfungsi

sebagai pedoman bagi setiap individu, terutama dalam konteks psikologi komunikasi, untuk menyampaikan dan menerima pesan secara tepat serta membangun hubungan yang sehat dan bermakna.

Menurut **Devito (2019)**, komunikasi bukan hanya sekadar bertukar informasi, tetapi juga mencerminkan cara seseorang membangun relasi, memahami perasaan, dan mengelola makna dalam interaksi sosial. Prinsip-prinsip berikut ini menjadi landasan penting dalam memahami bagaimana komunikasi berfungsi dalam kehidupan sehari-hari berdasarkan sifatnya.

### **A. Komunikasi Bersifat Prosesual**

Komunikasi merupakan **proses** yang berlangsung secara berkesinambungan dan tidak pernah statis. Setiap pesan yang disampaikan dipengaruhi oleh konteks sebelumnya, dan memengaruhi komunikasi yang akan datang. **West dan Turner (2018)** menegaskan bahwa komunikasi bersifat dinamis dan berubah seiring waktu serta kondisi emosional partisipan.

### **B. Komunikasi Tidak Bisa Tidak Terjadi (Inevitable)**

Prinsip ini menyatakan bahwa komunikasi tidak bisa dihindari. Bahkan ketika seseorang diam atau tidak berbicara, ia tetap berkomunikasi melalui ekspresi wajah, gerakan tubuh,



atau suasana yang ditimbulkan. Seperti yang dikemukakan oleh **Burgoon, Guerrero, & Floyd (2016)**, komunikasi nonverbal bisa jadi lebih kuat dan dominan daripada komunikasi verbal dalam menyampaikan makna.

### C. Komunikasi Bersifat Irreversible

Sekali sebuah pesan dikirim dan diterima, maka pesan tersebut **tidak bisa ditarik kembali**. Meskipun seseorang dapat meminta maaf atau mengklarifikasi pesan, efek awal dari pesan tersebut telah terjadi dan tidak bisa dihapus sepenuhnya (Devito, 2019). Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan dengan cermat isi dan cara penyampaian pesan.

### D. Komunikasi Memiliki Dimensi Isi dan Relasional

Setiap pesan yang disampaikan memiliki dua dimensi, yaitu:

- **Isi (content):** informasi aktual yang disampaikan.
- **Relasional:** makna yang tersirat mengenai hubungan antara komunikator dan komunikan. Misalnya, ucapan "Saya sibuk" bisa berarti penolakan secara halus atau pertanda bahwa hubungan sedang renggang, tergantung pada konteks hubungan tersebut (Gamble & Gamble, 2018).

### **E. Komunikasi Bersifat Kontekstual**

Komunikasi selalu terjadi dalam konteks tertentu, baik secara fisik, sosial, psikologis, maupun budaya. Konteks inilah yang memengaruhi bagaimana pesan dikodekan, dikirim, dan diinterpretasikan. Myers dan DeWall (2019) menekankan pentingnya sensitivitas terhadap konteks budaya dan sosial untuk menghindari miskomunikasi.

### **F. Komunikasi Bersifat Transaksional**

Komunikasi bukanlah proses satu arah, melainkan transaksi dua arah antara komunikator dan komunikan. Keduanya saling memengaruhi dan menjadi bagian aktif dalam menciptakan makna bersama (West & Turner, 2018). Hal ini menciptakan dialog yang setara, bukan sekadar transfer informasi satu arah.

### **G. Komunikasi Dapat Disengaja atau Tidak Disengaja**

Banyak komunikasi terjadi secara tidak sadar, Misalnya: bahasa tubuh yang tidak disengaja seperti menghindari tatapan mata atau menghela napas panjang dapat mengirimkan pesan tertentu kepada orang lain, bahkan tanpa niat sadar dari pengirimnya. Maka, memahami aspek ini penting agar individu bisa lebih sadar terhadap komunikasi nonverbal yang dilakukan (Burgoon et al., 2016).

## **Psikologi Komunikasi**

Kesimpulannya bahwa pentingnya memahami prinsip-prinsip komunikasi dalam konteks psikologi, pemahaman terhadap prinsip-prinsip dasar komunikasi dapat membantu individu:

- Meningkatkan kesadaran diri dalam berinteraksi.
- Mengelola pesan agar sesuai dengan tujuan dan konteks.
- Memperbaiki relasi interpersonal yang terganggu akibat miskomunikasi.
- Mengembangkan empati dan pemahaman terhadap perspektif orang lain.

Dengan memahami prinsip-prinsip dasar komunikasi, maka seorang komunikator akan lebih terampil dalam menyampaikan pesan secara efektif, serta mampu menanggapi dengan tepat terhadap pesan yang diterima dari orang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., & Floyd, K. (2016). *Nonverbal Communication*. Routledge.
- Devito, J. A. (2019). *The Interpersonal Communication Book* (14th ed.). Pearson.
- Myers, D. G., & DeWall, C. N. (2019). *Psychology* (13th ed.). Worth Publishers.
- Schunk, D. H., Pintrich, P. R., & Meece, J. L. (2017). *Motivation in Education: Theory, Research, and Applications* (4th ed.). Pearson.
- West, R., & Turner, L. H. (2018). *Understanding Interpersonal Communication: Making Choices in Changing Times* (2nd ed.). Cengage Learning.
- Gamble, T. K., & Gamble, M. (2018). *Communication Works* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- American Psychological Association (APA). (2017). *Ethical Principles of Psychologists and Code of Conduct*



## **BAB 2**

# **PERSEPSI DALAM KOMUNIKASI**

### **2.1 Pendahuluan**

Persepsi dalam komunikasi memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana pesan diterima dan dipahami oleh individu. Perbedaan dalam pengalaman, budaya, nilai, serta faktor psikologis dapat mempengaruhi cara seseorang menafsirkan informasi. Pemahaman yang baik mengenai persepsi dalam komunikasi dapat membantu mengurangi kesalahpahaman, meningkatkan efektivitas komunikasi, serta memperkuat hubungan antarindividu. Oleh karena itu, kesadaran akan perbedaan persepsi menjadi kunci dalam menciptakan komunikasi lebih jelas, terbuka, dan harmonis.

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lain dengan tujuan untuk berbagi informasi, ide, atau perasaan. Dalam proses komunikasi, persepsi memegang peran penting karena setiap individu memiliki cara yang berbeda dalam memahami dan menafsirkan pesan yang diterima. Persepsi dalam komunikasi mengacu pada bagaimana seseorang menerima, menafsirkan, dan memberi makna terhadap pesan yang disampaikan oleh orang lain. Faktor-faktor seperti

pengalaman, latar belakang budaya, nilai-nilai, emosi, lingkungan sosial sangat mempengaruhi cara seseorang memproses informasi yang diterima.

Pemahaman terhadap persepsi dalam komunikasi menjadi krusial untuk menghindari kesalahpahaman, membangun hubungan yang lebih baik, serta meningkatkan efektivitas komunikasi. Oleh karena itu, dalam pembahasan ini, akan dijelaskan lebih lanjut mengenai konsep persepsi, faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta dampaknya dalam interaksi komunikasi sehari-hari.

### **2.2 Konsep Dasar Persepsi**

Persepsi merupakan proses kognitif yang memungkinkan seseorang untuk menerima, menafsirkan, dan memberi makna terhadap informasi yang diperoleh melalui pancaindra. Dalam komunikasi, persepsi berperan dalam menentukan bagaimana seseorang memahami pesan yang disampaikan oleh orang lain.

#### **1. Pengertian Persepsi**

Persepsi adalah proses mental yang terjadi ketika seseorang menerima rangsangan dari lingkungan, mengolahnya, dan membentuk pemahaman atau interpretasi terhadap rangsangan tersebut. Persepsi tidak

hanya bergantung pada informasi yang diterima secara langsung, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, emosi, dan latar belakang individu.

**2. Tahapan dalam Proses Persepsi**

Persepsi terdiri dari beberapa tahapan utama, yaitu:

- Stimulasi (Penerimaan Rangsangan):  
Individu menerima rangsangan dari lingkungan melalui pancaindra.
- Organisasi:  
Otak mengelompokkan dan menyusun informasi yang diterima agar lebih mudah dipahami.
- Interpretasi: Individu memberikan makna terhadap informasi berdasarkan pengalaman, emosi, dan lainnya.
- Respon: Setelah memahami informasi, individu memberikan reaksi atau tanggapan terhadap pesan tersebut.

**3. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Beberapa faktor yang dapat memengaruhi persepsi seseorang dalam komunikasi antara lain:

- Faktor Personal: Pengalaman, kepribadian, emosi, dan kebutuhan individu.
- Faktor Sosial dan Budaya: Nilai-nilai budaya, norma sosial, serta latar belakang pendidikan.



## **Psikologi Komunikasi**

- Faktor Situasional: Lingkungan fisik dan konteks komunikasi, seperti tempat dan saat menerima pesan.

### **4. Pentingnya Persepsi dalam Komunikasi**

Karena setiap individu memiliki persepsi yang berbeda-beda, penting untuk memahami bagaimana persepsi dapat mempengaruhi komunikasi. Kesadaran akan adanya perbedaan persepsi dapat membantu mengurangi kesalahpahaman, meningkatkan efektivitas komunikasi, dan membangun hubungan yang lebih baik dalam berbagai aspek kehidupan.

Persepsi adalah proses kognitif di mana individu mengatur dan menafsirkan kesan sensorik mereka untuk memberikan makna pada lingkungan mereka. Dengan kata lain, persepsi adalah bagaimana kita melihat dan memahami dunia di sekitar kita. Dengan memahami konsep dasar persepsi, kita dapat lebih memahami bagaimana kita dan orang lain memahami dunia di sekitar kita

### **1. Elemen-elemen Dasar Persepsi:**

#### **a. Sensasi:**

Ini adalah penerimaan rangsangan melalui indra kita (penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa,

sentuhan). Sensasi adalah data mentah yang kita terima dari lingkungan.

b. Organisasi:

Setelah menerima sensasi, otak kita mulai mengorganisasikannya. Ini melibatkan pengelompokan, penyusunan, dan pengenalan pola dalam sensorik.

c. Interpretasi:

Ini adalah proses memberikan makna pada informasi yang terorganisir. Interpretasi dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, harapan, motivasi, dan faktor-faktor lainnya.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi:

a. Faktor Internal:

- Pengalaman masa lalu:

Pengalaman kita sebelumnya membentuk bagaimana kita menafsirkan situasi baru.

- Motivasi:

Apa yang kita inginkan atau butuhkan dapat memengaruhi apa yang kita perhatikan.

- Emosi:

Perasaan kita dapat memengaruhi bagaimana kita menafsirkan informasi.

- Nilai dan keyakinan:

apa yang kita anggap penting akan mempengaruhi persepsi kita.

b. Faktor Eksternal:

- Intensitas:

Rangsangan yang lebih kuat lebih mungkin diperhatikan.

- Kontras:

Rangsangan yang berbeda dari sekitarnya lebih mungkin diperhatikan.

- Pengulangan:

Rangsangan yang diulang lebih mungkin diperhatikan.

- Kebaruan:

hal yang baru, lebih mudah untuk diperhatikan.

Persepsi memengaruhi bagaimana kita berinteraksi dengan dunia. Persepsi memengaruhi pengambilan keputusan kita. Dalam komunikasi, persepsi memengaruhi bagaimana kita memahami dan menanggapi pesan.

- Contoh Sederhana:

Dua orang mungkin melihat lukisan yang sama dan memiliki interpretasi yang sangat berbeda. Ini karena pengalaman masa lalu, emosi, dan faktor-faktor lain memengaruhi persepsi mereka

## **2.3 Hubungan Persepsi Dan Komunikasi**

Persepsi dan komunikasi memiliki hubungan yang erat dan saling mempengaruhi. Dalam setiap proses komunikasi, persepsi berperan dalam bagaimana pesan diterima, diinterpretasikan, dan direspons oleh individu. Perbedaan persepsi dapat menyebabkan perbedaan pemahaman terhadap pesan, sehingga mempengaruhi efektivitas komunikasi.

1. **Persepsi sebagai Dasar Pemahaman dalam Komunikasi**  
Ketika seseorang menerima pesan dalam komunikasi, mereka tidak hanya menangkap informasi secara langsung tetapi juga memprosesnya berdasarkan pengalaman, latar belakang budaya, emosi, dan nilai-nilai yang dianut. Oleh karena itu, persepsi menentukan bagaimana seseorang memahami isi pesan dan maknanya.
2. **Persepsi Mempengaruhi Cara Menyampaikan Pesan**  
Persepsi mempengaruhi cara seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain. Pemilihan kata, intonasi, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah dalam komunikasi verbal maupun nonverbal sangat dipengaruhi oleh bagaimana seseorang memandang suatu situasi atau lawan bicaranya.

3. Perbedaan Persepsi sebagai Penyebab Kesalahpahaman  
Karena setiap individu memiliki persepsi yang berbeda, sering kali pesan yang disampaikan tidak selalu diterima sesuai dengan maksud pengirimnya. Kesalahpahaman dalam komunikasi dapat terjadi karena perbedaan dalam menafsirkan informasi yang diterima.
4. Pentingnya Kesadaran akan Perbedaan Persepsi Komunikasi

Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, seseorang perlu memahami bahwa perbedaan persepsi adalah hal yang wajar. Dengan menyadari adanya perbedaan ini, individu dapat lebih berhati-hati dalam menyampaikan pesan, mendengarkan dengan lebih baik, serta mengklarifikasi pemahaman sebelum memberikan respons.

Persepsi dan komunikasi saling berkaitan karena persepsi menentukan bagaimana pesan dikodekan, dikirim, diterima, dan diinterpretasikan dalam suatu interaksi. Memahami perbedaan persepsi membantu mengurangi kesalahpahaman, meningkatkan efektivitas komunikasi, serta memperkuat hubungan antarindividu dalam berbagai konteks kehidupan.

Hubungan antara persepsi dan komunikasi sangat erat dan saling memengaruhi. Persepsi adalah proses bagaimana

individu memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi dari lingkungan mereka, sedangkan komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan. Berikut adalah beberapa poin penting mengenai hubungan keduanya:

1. Persepsi Memengaruhi Bagaimana Pesan Disampaikan dan Diterima:
  - Pemilihan Pesan:  
Persepsi individu memengaruhi pesan mana yang mereka pilih untuk dikirim atau diterima. Misalnya, seseorang yang memiliki prasangka negatif terhadap kelompok tertentu akan memilih untuk mengirim atau menerima pesan yang menguatkan prasangka tersebut.
  - Interpretasi Pesan:  
Persepsi juga memengaruhi bagaimana pesan ditafsirkan. Dua orang yang menerima pesan yang sama dapat menafsirkannya secara berbeda berdasarkan pengalaman, nilai, dan keyakinan masing-masing.
  - Respons terhadap Pesan:  
Respons terhadap pesan juga dipengaruhi oleh persepsi. Bagaimana seseorang menanggapi suatu pesan bergantung bagaimana menafsirkan pesan tersebut.

## **Psikologi Komunikasi**

### **2. Persepsi Membentuk Proses Komunikasi:**

- **Komunikasi yang Efektif:**

Komunikasi yang efektif terjadi ketika ada kesamaan persepsi antara pengirim dan penerima pesan. Jika persepsi berbeda secara signifikan, komunikasi dapat menjadi tidak efektif atau bahkan menimbulkan kesalahpahaman.

- **Hambatan Komunikasi:**

Perbedaan persepsi dapat menjadi hambatan dalam komunikasi. Prasangka, stereotip, dan asumsi adalah contoh persepsi yang dapat menghambat komunikasi yang efektif.

### **3. Faktor-faktor yang Memengaruhi Hubungan Persepsi dan Komunikasi:**

- **Budaya:**

Budaya memengaruhi bagaimana mempersepsikan dan mengkomunikasikan informasi. Perbedaan budaya dapat menyebabkan perbedaan persepsi dan gaya komunikasi.

- **Pengalaman:**

Pengalaman masa lalu individu memengaruhi bagaimana mereka mempersepsikan dan menanggapi pesan.

- **Emosi:**

Kondisi emosional seseorang dapat memengaruhi persepsi dan komunikasi mereka.

Persepsi adalah inti dari komunikasi. Memahami bagaimana persepsi memengaruhi komunikasi dapat membantu meningkatkan efektivitas komunikasi. Kesadaran akan perbedaan persepsi dapat membantu menghindari kesalahpahaman dan membangun hubungan yang lebih baik.

Dengan demikian, pemahaman yang baik tentang persepsi sangat penting untuk komunikasi yang efektif.

## **2.4 Jenis-Jenis Persepsi Dalam Komunikasi**

Persepsi dalam komunikasi dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan bagaimana seseorang menerima dan menafsirkan informasi. Berikut adalah beberapa jenis persepsi yang umum dalam komunikasi:

### **1. Persepsi Selektif**

Persepsi selektif terjadi ketika seseorang hanya memperhatikan bagian tertentu dari informasi yang diterima dan mengabaikan bagian lainnya. Hal ini dapat dipengaruhi oleh minat, kebutuhan, atau pengalaman individu. Misalnya, dalam sebuah diskusi, seseorang mungkin hanya mendengar argumen yang sesuai dengan



pandangannya dan mengabaikan informasi yang bertentangan.

### **2. Persepsi Sosial**

Persepsi sosial mengacu pada bagaimana seseorang menilai dan memahami orang lain dalam interaksi sosial. Persepsi ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti stereotip, prasangka, dan pengalaman sebelumnya. Misalnya, seseorang mungkin menilai orang lain berdasarkan penampilan fisik atau status sosialnya sebelum mengenalnya lebih dalam.

### **3. Persepsi Situasional**

Persepsi situasional berkaitan dengan bagaimana seseorang memahami suatu kejadian atau situasi tertentu berdasarkan konteksnya. Faktor lingkungan, suasana hati, dan pengalaman sebelumnya dapat mempengaruhi bagaimana seseorang menafsirkan suatu situasi. Misalnya, seseorang yang sedang dalam suasana hati buruk mungkin menafsirkan komentar biasa sebagai sesuatu yang negatif.

### **4. Persepsi Diri**

Persepsi diri adalah bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri, baik dalam hal kelebihan maupun kekurangan. Persepsi ini memengaruhi cara individu berkomunikasi dengan orang lain. Seseorang yang

memiliki kepercayaan diri tinggi cenderung lebih aktif dalam berkomunikasi, sementara individu dengan persepsi diri rendah mungkin lebih pasif atau ragu-ragu dalam menyampaikan pendapatnya.

**5. Persepsi Interpersonal**

Persepsi interpersonal adalah cara seseorang memahami dan menilai individu lain dalam suatu hubungan komunikasi. Persepsi ini berkembang seiring dengan interaksi yang berlangsung, di mana seseorang membentuk opini tentang kepribadian, sikap, atau niat orang lain.

**6. Persepsi Sensorik**

Persepsi sensorik melibatkan proses menerima informasi melalui pancaindra (penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba, dan pengecap). Dalam komunikasi, persepsi sensorik berperan dalam memahami pesan verbal dan nonverbal, seperti nada suara, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh.

Jenis-jenis persepsi dalam komunikasi menunjukkan bahwa setiap individu memiliki cara yang berbeda dalam menangkap dan memahami pesan. Faktor internal dan eksternal dapat mempengaruhi bagaimana seseorang menafsirkan informasi, sehingga penting untuk menyadari

## **Psikologi Komunikasi**

keberagaman persepsi agar komunikasi menjadi lebih efektif dan menghindari kesalahpahaman.

Dalam konteks komunikasi, persepsi dapat dibagi menjadi beberapa jenis, masing-masing memainkan peran penting dalam bagaimana kita memahami dan berinteraksi dengan dunia di sekitar kita.:

### **1. Persepsi Visual:**

- Ini adalah jenis persepsi yang paling dominan, melibatkan interpretasi informasi yang diterima melalui indra penglihatan.
- Dalam komunikasi, persepsi visual memengaruhi bagaimana kita menafsirkan bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan isyarat nonverbal lainnya.
- Contoh: Menafsirkan senyuman sebagai tanda keramahan, atau mengerutkan kening sebagai tanda kebingungan.

### **2. Persepsi Auditori:**

- Melibatkan interpretasi informasi yang diterima melalui indra pendengaran.
- Dalam komunikasi, persepsi auditori memengaruhi bagaimana kita menafsirkan nada suara, intonasi, dan volume suara.
- Contoh: Mendeteksi sarkasme dari nada suara, atau

merasakan ketakutan dari suara yang bergetar.

3. Persepsi Taktil (Perabaan):

- Melibatkan interpretasi informasi yang diterima melalui indra sentuhan.
- Dalam komunikasi, persepsi taktil dapat memengaruhi bagaimana kita menafsirkan sentuhan fisik, seperti jabat tangan atau pelukan.
- Contoh: Merasakan kehangatan dalam jabat tangan, atau merasa nyaman dengan sentuhan yang lembut.

4. Persepsi Olfaktori (Penciuman):

- Melibatkan interpretasi informasi yang diterima melalui indra penciuman.
- Dalam komunikasi, persepsi olfaktori dapat memengaruhi bagaimana kita menafsirkan bau, yang dapat memicu ingatan atau emosi tertentu.
- Contoh: Bau parfum yang mengingatkan pada seseorang, atau bau makanan yang membangkitkan selera.

5. Persepsi Gustatori (Pengecapan):

- Melibatkan interpretasi informasi yang diterima melalui indra pengecapan.
- Walaupun tidak terlalu sering dalam konteks komunikasi secara langsung, persepsi ini dapat mempengaruhi suasana, contohnya dalam

komunikasi ketika makan bersama.

### 6. Persepsi Sosial:

- Melibatkan interpretasi informasi tentang orang lain, termasuk niat, motif, dan kepribadian mereka.
- Dalam komunikasi, persepsi sosial memengaruhi bagaimana kita membentuk kesan tentang orang lain, dan bagaimana kita berinteraksi dengan mereka.
- Persepsi sosial ini juga dipengaruhi oleh pengalaman, dugaan, dan bersifat evaluatif.

### Pentingnya Memahami Jenis-Jenis Persepsi:

- Memahami jenis-jenis persepsi dapat membantu kita menjadi komunikator yang lebih efektif.
- Dengan menyadari bagaimana persepsi memengaruhi komunikasi, kita dapat menghindari kesalahpahaman dan membangun hubungan yang lebih baik.

Dengan memahami berbagai jenis persepsi ini, kita dapat menjadi lebih sadar akan bagaimana kita dan orang lain menafsirkan informasi, yang pada akhirnya meningkatkan efektivitas komunikasi.

## **2.5 Persepsi Dalam Berbagai Konteks Komunikasi**

Persepsi dalam komunikasi dapat berbeda tergantung pada konteks di mana komunikasi berlangsung. Setiap situasi komunikasi memiliki faktor unik yang memengaruhi cara seseorang menerima, menafsirkan, dan merespons informasi. Berikut adalah beberapa konteks komunikasi di mana persepsi memainkan peran penting:

### **1. Persepsi dalam Komunikasi Antarpribadi**

Dalam komunikasi antarpribadi, persepsi mempengaruhi bagaimana seseorang memahami lawan bicaranya, termasuk niat, emosi, dan makna pesan yang disampaikan. Faktor seperti pengalaman pribadi, hubungan sebelumnya, serta bahasa tubuh sangat mempengaruhi cara individu membentuk persepsi terhadap orang lain. Kesalahpahaman sering terjadi jika persepsi tidak selaras antara pengirim dan penerima pesan.

### **2. Persepsi dalam Komunikasi Kelompok**

Dalam komunikasi kelompok, individu memiliki persepsi yang berbeda terhadap anggota lain, dinamika kelompok, serta tujuan yang ingin dicapai. Faktor seperti perbedaan latar belakang, status sosial, dan pengalaman kerja dapat mempengaruhi interaksi dan efektivitas

komunikasi. Sering kali, persepsi yang kurang tepat terhadap anggota kelompok dapat menyebabkan konflik atau ketidaksepahaman.

### **3. Persepsi dalam Komunikasi Organisasi**

Dalam komunikasi organisasi, persepsi sangat berpengaruh terhadap hubungan antara pimpinan dan karyawan, serta bagaimana informasi disampaikan dan diterima dalam lingkungan kerja. Persepsi terhadap kebijakan, budaya organisasi, serta gaya kepemimpinan dapat mempengaruhi motivasi dan kinerja karyawan. Jika persepsi terhadap komunikasi dalam organisasi negatif, dapat timbul ketidakpuasan dan kurangnya keterlibatan karyawan.

### **4. Persepsi dalam Komunikasi Massa**

Dalam komunikasi massa, persepsi masyarakat terhadap pesan yang disampaikan oleh media (televisi, radio, internet, dan media sosial) sangat bervariasi. Faktor seperti latar belakang sosial, pendidikan, dan pengalaman pribadi mempengaruhi cara individu menafsirkan berita atau informasi yang disebarluaskan. Media juga dapat membentuk opini publik dan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu isu.

### **5. Persepsi dalam Komunikasi Lintas Budaya**

Dalam komunikasi lintas budaya, perbedaan budaya, bahasa, norma sosial, dan nilai-nilai sangat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap individu dari budaya lain. Kesalahpahaman sering terjadi ketika seseorang menilai perilaku atau kebiasaan orang lain berdasarkan standar budayanya sendiri. Oleh karena itu, kesadaran budaya dan keterbukaan terhadap perspektif yang berbeda sangat penting dalam komunikasi lintas budaya.

**6. Persepsi dalam Komunikasi Digital**

Dalam era digital, komunikasi sering dilakukan melalui media sosial, email, dan platform online lainnya. Persepsi dalam komunikasi digital bisa lebih kompleks karena keterbatasan ekspresi nonverbal dan kemungkinan interpretasi yang berbeda terhadap pesan tertulis. Misinterpretasi dapat terjadi jika pesan yang dikirim tidak jelas atau jika penerima memiliki persepsi yang berbeda tentang maksud pengirim.

Persepsi dalam berbagai konteks komunikasi sangat menentukan efektivitas dan keberhasilan suatu interaksi. Faktor seperti pengalaman, budaya, situasi, dan media yang digunakan dalam komunikasi dapat memengaruhi



## Psikologi Komunikasi

bagaimana pesan diterima dan ditafsirkan. Oleh karena itu, memahami perbedaan persepsi dalam berbagai konteks komunikasi sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman dan meningkatkan kualitas komunikasi. Persepsi memainkan peran krusial dalam berbagai konteks komunikasi, memengaruhi bagaimana pesan dikirim, diterima, dan diinterpretasikan.

### 1. Komunikasi Interpersonal:

- Dalam komunikasi antarindividu, persepsi memengaruhi bagaimana kita membentuk kesan tentang orang lain, bagaimana kita menafsirkan bahasa tubuh dan ekspresi wajah, serta bagaimana kita merespons perkataan.
- Contoh:
  - Dua orang yang berbeda budaya mungkin memiliki persepsi yang berbeda tentang makna kontak mata.
  - Seseorang yang sedang sedih mungkin menafsirkan komentar netral sebagai kritik.

### 2. Komunikasi Kelompok:

- Dalam kelompok, persepsi memengaruhi dinamika kelompok, pengambilan keputusan, dan konflik.
- Contoh:

- Anggota kelompok dengan latar belakang yang berbeda mungkin memiliki persepsi yang berbeda tentang masalah yang sedang dibahas.
  - Persepsi tentang peran dan tanggung jawab anggota kelompok dapat memengaruhi kinerja kelompok.
3. Komunikasi Organisasi:
- Dalam organisasi, persepsi memengaruhi komunikasi antara karyawan, manajemen, dan pelanggan.
  - Contoh:
    - Karyawan mungkin memiliki persepsi yang berbeda tentang kebijakan perusahaan.
    - Pelanggan mungkin memiliki persepsi yang berbeda tentang kualitas produk atau layanan.
4. Komunikasi Massa:
- Dalam komunikasi massa, persepsi memengaruhi bagaimana khalayak menafsirkan pesan media.
  - Contoh:
    - Orang-orang dengan pandangan politik yang berbeda mungkin menafsirkan berita yang sama secara berbeda.
    - Persepsi tentang selebritas atau tokoh publik dipengaruhi oleh representasi media.

### **5. Komunikasi Antarbudaya:**

- Dalam komunikasi antarbudaya, perbedaan persepsi dapat menyebabkan kesalahpahaman dan konflik.
- Contoh:
  - Perbedaan nilai dan keyakinan budaya dapat memengaruhi bagaimana orang menafsirkan perilaku dan perkataan orang lain.

## **2.6 Pengembangan Persepsi Yang Efektif Dalam Komunikasi**

Persepsi yang efektif dalam komunikasi sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman, membangun hubungan yang baik, serta meningkatkan kualitas interaksi. Untuk mengembangkan persepsi yang lebih baik, seseorang perlu memahami berbagai faktor yang mempengaruhi persepsi dan menerapkan strategi komunikasi yang tepat.

### **1. Meningkatkan Kesadaran Diri**

Memahami bagaimana pengalaman, emosi, dan nilai-nilai pribadi mempengaruhi cara seseorang menafsirkan pesan dapat membantu dalam mengembangkan persepsi yang lebih objektif dan terbuka.

### **2. Mendengarkan Secara Aktif**

Mendengarkan dengan penuh perhatian dan tanpa prasangka membantu dalam memahami pesan dengan lebih akurat. Teknik mendengarkan aktif meliputi:

- Fokus pada pembicara dan tidak mudah teralihkan.
- Menggunakan bahasa tubuh yang menunjukkan ketertarikan, seperti kontak mata dan anggukan.
- Mengajukan pertanyaan klarifikasi jika ada bagian pesan yang kurang jelas.

3. Menghindari Prasangka dan Stereotip

Prasangka dan stereotip dapat menghambat pemahaman yang objektif terhadap pesan. Untuk mengembangkan persepsi yang lebih baik, seseorang perlu berusaha melihat situasi secara netral tidak terburu-buru menilai orang lain.

4. Mengembangkan Empati

Empati memungkinkan seseorang untuk memahami sudut pandang, perasaan, dan pengalaman orang lain. Dengan berusaha melihat sesuatu dari perspektif lawan bicara, komunikasi akan lebih efektif dan hubungan interpersonal menjadi lebih harmonis.

5. Memperhatikan Konteks dalam Komunikasi

Setiap komunikasi terjadi dalam konteks tertentu, baik sosial, budaya, maupun situasional. Memahami faktor-faktor ini dapat membantu seseorang dalam menafsirkan

## **Psikologi Komunikasi**

pesan dengan lebih akurat dan mengurangi risiko kesalahpahaman.

### **6. Meningkatkan Keterbukaan dalam Komunikasi**

Bersikap terbuka terhadap berbagai sudut pandang dan bersedia menerima umpan balik dapat membantu memperluas pemahaman seseorang. Hal ini juga mendorong komunikasi yang lebih jujur dan konstruktif.

### **7. Menggunakan Bahasa yang Jelas dan Efektif**

Cara seseorang menyampaikan pesan juga mempengaruhi bagaimana pesan tersebut dipersepsikan oleh penerima. Oleh karena itu, penting untuk:

- Menggunakan kata-kata yang jelas dan tidak ambigu.
- Menyesuaikan gaya komunikasi dengan audiens.
- Menggunakan komunikasi nonverbal yang mendukung pesan verbal.

### **8. Mengklarifikasi dan Mengonfirmasi Pemahaman**

Untuk menghindari miskomunikasi, seseorang dapat mengklarifikasi pesan dengan mengajukan pertanyaan atau mengulang kembali inti pesan yang diterima. Hal ini membantu memastikan bahwa kedua belah pihak memiliki pemahaman yang sama terhadap informasi yang disampaikan.

Mengembangkan persepsi yang efektif dalam komunikasi memerlukan kesadaran diri, keterbukaan, dan keterampilan mendengarkan yang baik. Dengan menerapkan strategi seperti mendengarkan aktif, menghindari prasangka, serta memahami konteks dan perspektif orang lain, seseorang dapat meningkatkan kualitas komunikasi dan memperkuat hubungan interpersonal. Penerapan dalam Kehidupan Sehari-hari:

- Dalam komunikasi interpersonal, berusahalah untuk mendengarkan dengan empati dan menghindari asumsi.
- Dalam komunikasi kelompok, hargai perbedaan pendapat dan berusahalah untuk mencapai konsensus.
- Dalam komunikasi organisasi, berikan umpan balik yang konstruktif dan terbuka terhadap umpan balik dari orang lain.

Dalam komunikasi massa, bersikaplah kritis terhadap pesan media dan pertimbangkan berbagai perspektif

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adam, M. (2016). *Persepsi dalam Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Komunika.
- Alfaruqy, M. Z. (2020). *Buku Ajar Psikologi Komunikasi*. Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
- Bajari, Atwar. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ekman, P. (2003). *Emotions Revealed: Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life*. New York: Times Books.
- Lahlry, S. (2020). *Persepsi dan Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Masruroh, L. (2020). *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka
- Rahmat, J. (2010). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sunaryo. (2004). *Psikologi untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Sunaryo. (2022). *Psikologi untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Suranto, A. W. (2011). *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suranto, A. W. (2021). *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Walgito, B. (2010). *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.
- West, Richard, dan Lynn H. Turner. (2020). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Yusuf, S. (2018). Persepsi dan Komunikasi Antarbudaya.  
Bandung: Alfabeta





## **BAB 3**

# **DINAMIKA KOMUNIKASI VERBAL**

### **3.1 Pengantar Komunikasi Verbal**

Komunikasi merupakan inti dari kehidupan sosial manusia. Sejak awal peradaban, manusia telah menggunakan berbagai cara untuk menyampaikan pikiran, perasaan, dan keinginan mereka kepada orang lain. Salah satu bentuk komunikasi yang paling mendasar dan paling umum digunakan adalah **komunikasi verbal**. Istilah ini merujuk pada proses penyampaian pesan melalui kata-kata, baik secara lisan maupun tulisan. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi verbal tidak hanya digunakan dalam percakapan santai, tetapi juga dalam kegiatan formal seperti pendidikan, pekerjaan, pemerintahan, bahkan dalam bentuk komunikasi digital seperti pesan teks dan email.

#### **1. Definisi dan Konsep Dasar Komunikasi Verbal**

Secara etimologis, kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin *communicare* yang berarti "membagikan" atau "menjadikan milik bersama". Komunikasi verbal, secara umum, didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan atau informasi melalui simbol-simbol linguistik, yakni kata-kata

## Psikologi Komunikasi

yang terstruktur dalam bentuk bahasa. Komunikasi ini dapat dilakukan secara lisan (oral communication) maupun tulisan (written communication), tergantung pada konteks, media, dan tujuan komunikasi itu sendiri. Dalam bentuk lisan, komunikasi verbal bisa berbentuk percakapan tatap muka, diskusi, ceramah, telepon, dan lain-lain. Sedangkan dalam bentuk tulisan, komunikasi ini bisa berupa surat, artikel, buku, atau pesan digital seperti email dan chat.

Bahasa, sebagai medium utama dalam komunikasi verbal, merupakan sistem lambang yang disepakati oleh suatu kelompok masyarakat untuk menyampaikan makna. Bahasa memungkinkan manusia untuk mengungkapkan pengalaman batiniah dan menjelaskan dunia di sekelilingnya. Oleh karena itu, bahasa tidak hanya dipandang sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai pembentuk budaya dan identitas sosial. Setiap kata yang digunakan dalam komunikasi verbal membawa muatan makna yang bisa dipahami secara berbeda tergantung pada latar belakang budaya, sosial, dan psikologis komunikan maupun komunikator.

Salah satu aspek penting dalam komunikasi verbal adalah **struktur bahasa**, yang mencakup sintaksis (struktur kalimat), morfologi (bentuk kata), fonologi (bunyi bahasa), dan semantik (makna kata). Struktur inilah yang membedakan komunikasi verbal dengan bentuk komunikasi nonverbal yang

mengandalkan gestur, ekspresi wajah, atau intonasi. Meskipun begitu, komunikasi verbal dan nonverbal kerap kali saling melengkapi untuk membentuk komunikasi yang utuh.

Di samping itu, komunikasi verbal juga memiliki **elemen-elemen dasar**, yakni pengirim pesan (sender), pesan (message), saluran atau media (channel), penerima (receiver), dan umpan balik (feedback). Proses komunikasi yang efektif menuntut keterampilan dalam menyusun pesan yang jelas, memilih kata yang tepat, serta mempertimbangkan siapa penerima pesan dan konteksnya. Kegagalan dalam salah satu elemen ini dapat mengakibatkan distorsi makna, salah paham, atau bahkan konflik.

Komunikasi verbal juga erat kaitannya dengan **kode linguistik**, yaitu sistem aturan yang mengatur bagaimana kata-kata disusun untuk membentuk makna. Dalam konteks bilingual atau multilingual, misalnya, pemilihan kode atau bahasa yang digunakan menjadi strategi komunikasi yang sangat penting. Hal ini juga menyiratkan bahwa komunikasi verbal tidak pernah bersifat netral; ia selalu berada dalam kerangka sosial dan budaya yang lebih luas.

### 2. Peran Komunikasi Verbal dalam Interaksi Manusia

Komunikasi verbal memainkan peran krusial dalam hampir semua bentuk interaksi manusia. Dalam kehidupan sosial, komunikasi verbal menjadi sarana utama untuk membangun relasi, menegosiasikan makna, menyampaikan pendapat, menyelesaikan konflik, serta membentuk pemahaman bersama. Komunikasi ini memungkinkan individu untuk mengekspresikan identitas, nilai, dan aspirasi mereka, sekaligus membuka diri terhadap pandangan dan pengalaman orang lain.

Dalam konteks **pendidikan**, komunikasi verbal berperan sebagai alat utama dalam proses belajar-mengajar. Guru menyampaikan materi pelajaran, memberikan instruksi, serta membangun dialog edukatif dengan siswa melalui komunikasi verbal. Siswa pun mengekspresikan pemahaman, bertanya, atau berdiskusi dengan teman dan guru menggunakan bahasa verbal. Efektivitas komunikasi verbal antara guru dan siswa sangat mempengaruhi kualitas pembelajaran, motivasi belajar, serta hubungan interpersonal di dalam kelas.

Di **lingkungan kerja**, komunikasi verbal memfasilitasi koordinasi, kolaborasi, serta penyampaian informasi yang penting bagi kelangsungan organisasi. Melalui rapat, presentasi, atau percakapan sehari-hari di tempat kerja, para

pekerja membentuk pemahaman bersama tentang tujuan organisasi, peran masing-masing, serta strategi yang akan dijalankan. Komunikasi verbal juga sangat penting dalam membangun kepercayaan dan menjalin hubungan profesional yang sehat.

Dalam **konteks keluarga dan relasi personal**, komunikasi verbal memainkan peran emosional yang mendalam. Kata-kata yang diucapkan dalam lingkungan keluarga dapat memperkuat atau justru merusak ikatan emosional antaranggota keluarga. Ucapan kasih sayang, pujian, atau dukungan dapat membentuk suasana positif dan rasa aman, sedangkan kata-kata yang kasar atau menyakitkan dapat menimbulkan luka psikologis yang mendalam. Oleh karena itu, kemampuan dalam mengelola komunikasi verbal secara empatik dan reflektif menjadi sangat penting dalam menjaga keharmonisan hubungan.

Lebih jauh lagi, dalam **masyarakat yang lebih luas**, komunikasi verbal berperan sebagai alat kontrol sosial dan pembentuk opini publik. Para pemimpin, tokoh masyarakat, jurnalis, maupun pengguna media sosial memiliki peran besar dalam membentuk wacana publik melalui kata-kata mereka. Ucapan yang disampaikan di ruang publik bisa menginspirasi, menggerakkan massa, atau bahkan memicu kontroversi. Oleh

## Psikologi Komunikasi

sebab itu, tanggung jawab moral dalam penggunaan bahasa menjadi aspek yang tidak bisa diabaikan.

Tidak hanya sebagai alat ekspresi dan interaksi, komunikasi verbal juga berperan dalam **pembentukan identitas**. Bahasa yang digunakan seseorang sering kali mencerminkan latar belakang budaya, kelompok sosial, usia, bahkan profesi. Pilihan diksi, gaya bicara, aksen, dan struktur kalimat bisa menjadi indikator identitas sosial tertentu. Dalam masyarakat multikultural, kemampuan dalam menggunakan berbagai ragam bahasa dan gaya bicara juga menunjukkan kompetensi komunikasi yang adaptif dan inklusif.

Namun, meskipun komunikasi verbal memiliki potensi besar dalam menjembatani pemahaman antarindividu, ia juga bisa menjadi sumber kesalahpahaman apabila tidak dilakukan secara tepat. Perbedaan latar belakang, asumsi, atau bahkan perbedaan makna kata dalam suatu budaya bisa menyebabkan pesan yang disampaikan tidak diterima sebagaimana mestinya. Dalam hal ini, kepekaan terhadap konteks, kemampuan mendengarkan secara aktif, serta kesediaan untuk mengklarifikasi pesan menjadi sangat penting.

Komunikasi verbal juga mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi. Saat ini, bentuk-bentuk komunikasi verbal tidak hanya terjadi secara langsung (tatap

muka), tetapi juga melalui media digital seperti video call, pesan teks, dan media sosial. Teknologi telah mengubah cara kita berbicara, gaya bahasa yang digunakan, serta waktu dan ruang dalam berkomunikasi. Fenomena seperti singkatan dalam pesan teks, emoji sebagai pelengkap pesan verbal, atau gaya bahasa yang lebih informal dalam media sosial menunjukkan adanya dinamika baru dalam komunikasi verbal kontemporer.

Dalam dunia digital, tantangan komunikasi verbal menjadi semakin kompleks. Pesan teks yang singkat dan cepat sering kali kehilangan nuansa emosi, intonasi, dan konteks yang biasanya hadir dalam komunikasi lisan. Hal ini bisa menyebabkan interpretasi yang keliru atau bahkan konflik antarindividu. Oleh karena itu, literasi digital menjadi aspek penting dalam memahami dinamika komunikasi verbal masa kini.

Di sisi lain, komunikasi verbal juga berkaitan erat dengan perkembangan **kognitif dan sosial manusia**. Dalam masa kanak-kanak, kemampuan berbicara berkembang seiring dengan pertumbuhan otak dan paparan terhadap bahasa di lingkungan. Anak-anak belajar menggunakan bahasa untuk meminta sesuatu, mengekspresikan keinginan, atau berinteraksi dengan orang dewasa. Perkembangan kemampuan verbal juga menjadi indikator penting dalam



## **Psikologi Komunikasi**

menilai kemajuan perkembangan anak secara umum. Oleh karena itu, komunikasi verbal tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga bagian dari proses tumbuh kembang manusia.

Dalam perspektif psikologi sosial, komunikasi verbal juga menjadi sarana untuk memengaruhi dan dipengaruhi. Melalui kata-kata, seseorang bisa membentuk persepsi orang lain, mengubah sikap, atau memengaruhi keputusan. Dalam praktik konseling, terapi, dan mediasi, penggunaan bahasa verbal secara tepat dapat menjadi alat transformasi personal yang sangat kuat.

Akhirnya, komunikasi verbal bukan sekadar aktivitas teknis menyampaikan dan menerima pesan, melainkan sebuah **proses sosial yang kompleks**, penuh nuansa, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor budaya, psikologis, dan situasional. Dinamika dalam komunikasi verbal menuntut setiap individu untuk memiliki keterampilan komunikasi yang tidak hanya teknis, tetapi juga reflektif, empatik, dan kontekstual.

### **3.2 Komponen-Komponen Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal adalah proses kompleks yang melibatkan berbagai komponen yang saling berkaitan satu

sama lain. Untuk memahami dinamika komunikasi verbal secara menyeluruh, penting untuk mengurai elemen-elemen utama yang menyusun proses ini. Tiga komponen penting yang menjadi fokus utama dalam pembahasan ini adalah bahasa sebagai medium utama komunikasi, unsur-unsur komunikasi seperti pesan, kode, dan makna, serta konteks situasional dan budaya yang memengaruhi keseluruhan proses komunikasi. Masing-masing dari ketiga komponen ini memiliki peran vital dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan komunikasi verbal dalam berbagai situasi.

### **1. Bahasa sebagai Medium Utama**

Bahasa merupakan inti dari komunikasi verbal. Tanpa bahasa, proses pertukaran ide, informasi, dan emosi melalui kata-kata tidak mungkin terjadi. Bahasa bukan hanya sekumpulan kata atau simbol, melainkan sistem yang kompleks yang memiliki aturan tata bahasa, fonologi, sintaksis, dan semantik. Sistem ini memungkinkan manusia untuk menyusun, menyampaikan, dan memahami pesan-pesan yang dikomunikasikan oleh pihak lain. Bahasa berfungsi sebagai sarana berpikir, berinteraksi, dan membentuk realitas sosial.

Sebagai medium utama komunikasi verbal, bahasa tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencerminkan cara pandang dunia. Dalam perspektif antropologis, bahasa mengandung

nilai-nilai budaya dan memperlihatkan bagaimana suatu masyarakat memahami konsep-konsep abstrak seperti waktu, ruang, gender, dan kekuasaan. Misalnya, dalam bahasa Indonesia kita mengenal istilah “sopan santun” yang tidak sekadar menunjukkan aturan tata krama, tetapi juga menyiratkan pentingnya hierarki sosial dalam interaksi sehari-hari. Dalam budaya Jepang, bentuk bahasa yang digunakan sangat dipengaruhi oleh status sosial, usia, dan hubungan interpersonal antara pembicara dan lawan bicara. Fenomena ini menunjukkan bahwa bahasa sebagai medium komunikasi verbal bukan hanya alat netral, tetapi juga konstruksi sosial yang membentuk serta dibentuk oleh realitas budaya.

Bahasa juga berfungsi sebagai simbol identitas. Seseorang dapat dikenali latar belakang sosialnya melalui pilihan kata, intonasi, bahkan dialek yang digunakan. Dalam masyarakat multibahasa, pemilihan bahasa dalam komunikasi sering kali tidak hanya didasarkan pada kenyamanan berbahasa, tetapi juga pertimbangan identitas, status, dan hubungan kuasa. Misalnya, penggunaan bahasa asing dalam percakapan formal bisa menunjukkan status pendidikan atau simbol modernitas, sementara penggunaan bahasa daerah bisa menjadi simbol kedekatan emosional atau solidaritas kelompok.

Bahasa juga memiliki kekuatan performatif, yaitu kemampuan untuk menghasilkan tindakan melalui ucapan. Konsep ini dikenal dalam teori "speech act" oleh John Searle dan J.L. Austin. Contohnya adalah ketika seseorang mengatakan "Saya bersumpah," "Saya menerima," atau "Saya memaafkan," maka kata-kata tersebut tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan tindakan nyata. Ini menunjukkan bahwa bahasa dalam komunikasi verbal memiliki dimensi aksi yang sangat kuat.

Namun, bahasa sebagai medium utama dalam komunikasi verbal juga memiliki keterbatasan. Tidak semua makna bisa dituangkan secara sempurna melalui kata-kata. Terdapat nuansa emosional, ekspresi nonverbal, atau konteks kultural yang tidak sepenuhnya dapat ditangkap oleh bahasa verbal. Oleh karena itu, dalam praktiknya, komunikasi verbal seringkali dipadukan dengan elemen nonverbal seperti intonasi, gerak tubuh, dan ekspresi wajah untuk memperkaya makna yang ingin disampaikan.

## **2. Unsur Pesan, Kode, dan Makna**

Dalam komunikasi verbal, unsur-unsur seperti pesan, kode, dan makna merupakan elemen fundamental yang menentukan efektivitas pertukaran informasi antarindividu.

## Psikologi Komunikasi

Ketiganya saling terhubung dalam satu sistem komunikasi yang menyeluruh.

**Pesan** adalah inti dari proses komunikasi. Pesan merujuk pada isi atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan dapat berupa gagasan, fakta, opini, emosi, atau instruksi. Dalam komunikasi verbal, pesan biasanya dibungkus dalam bentuk bahasa yang telah dikodekan. Kualitas pesan sangat memengaruhi hasil komunikasi. Pesan yang tidak jelas, ambigu, atau terlalu kompleks dapat menyebabkan kebingungan atau bahkan distorsi makna.

**Kode** dalam komunikasi verbal merujuk pada sistem simbol linguistik yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Kode ini bisa berupa bahasa formal, informal, jargon, dialek, atau bentuk-bentuk simbol linguistik lainnya. Penggunaan kode yang tepat sangat bergantung pada kesamaan pemahaman antara komunikator dan komunikan. Jika kedua pihak menggunakan kode yang sama atau serupa, maka peluang keberhasilan komunikasi menjadi lebih tinggi. Namun, jika terdapat perbedaan dalam pemahaman kode, seperti dalam komunikasi lintas budaya atau antar generasi, maka kemungkinan terjadinya kesalahpahaman menjadi lebih besar.

Sebagai contoh, penggunaan kata-kata gaul oleh remaja mungkin tidak dimengerti oleh orang tua mereka, meskipun keduanya berbicara dalam bahasa yang sama. Ini menandakan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya bergantung pada penggunaan bahasa secara umum, tetapi juga pada kesepahaman terhadap kode tertentu dalam suatu komunitas linguistik.

**Makna**, sebagai hasil dari proses komunikasi, adalah tujuan akhir dari penyampaian pesan. Makna bukanlah sesuatu yang tetap atau objektif, melainkan dibentuk melalui interpretasi komunikan terhadap pesan yang diterima. Oleh karena itu, satu pesan yang sama bisa memiliki makna yang berbeda bagi individu yang berbeda, tergantung pada latar belakang pengalaman, pengetahuan, nilai, dan emosi mereka saat menerima pesan. Dalam hal ini, komunikasi verbal menjadi proses negosiasi makna yang terus berlangsung.

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berhasil menyamakan makna antara komunikator dan komunikan. Untuk mencapai hal ini, diperlukan klarifikasi, umpan balik, dan konfirmasi dari penerima pesan. Proses ini biasa disebut sebagai *feedback loop*, di mana komunikator mendapatkan respons dari komunikan, lalu menyesuaikan pesan berikutnya berdasarkan umpan balik tersebut. Ini menjadikan komunikasi verbal sebagai proses dinamis yang tidak berhenti pada satu

arah saja, tetapi berlangsung dua arah dan kadang-kadang lebih kompleks dalam bentuk komunikasi kelompok atau publik.

### **3. Konteks Situasional dan Budaya**

Komunikasi verbal tidak pernah berlangsung dalam ruang hampa. Ia selalu terikat dan dipengaruhi oleh konteks, baik situasional maupun budaya. Konteks situasional mencakup waktu, tempat, hubungan antarindividu, suasana emosional, serta tujuan komunikasi. Sementara konteks budaya mencakup nilai-nilai, norma, kebiasaan, dan pandangan dunia yang membentuk cara berpikir dan berkomunikasi seseorang.

**Konteks situasional** sangat memengaruhi cara seseorang memilih kata, menyusun kalimat, dan menyampaikan pesan. Cara berbicara dalam forum akademik tentu berbeda dengan percakapan santai di kafe. Dalam situasi formal, orang cenderung menggunakan bahasa yang lebih sopan, terstruktur, dan tidak emosional. Sementara dalam situasi informal, penggunaan bahasa lebih luwes, ekspresif, dan kadang menggunakan humor atau sarkasme. Begitu pula, relasi antarindividu—misalnya antara atasan dan bawahan,

guru dan murid, atau teman sebaya akan memengaruhi gaya dan pilihan bahasa yang digunakan.

**Konteks budaya** memiliki pengaruh yang lebih mendalam. Budaya menentukan norma komunikasi, termasuk hal-hal yang boleh dan tidak boleh dikatakan, cara menyapa, menyampaikan ketidaksetujuan, bahkan cara mengekspresikan emosi. Dalam budaya kolektivis seperti di banyak negara Asia, komunikasi cenderung bersifat tidak langsung dan memperhatikan keharmonisan kelompok. Kritik disampaikan secara halus, dan ekspresi emosi sering dikendalikan. Sebaliknya, dalam budaya individualis seperti di Barat, komunikasi cenderung lebih langsung, terbuka, dan ekspresif.

Kesadaran akan konteks budaya sangat penting terutama dalam komunikasi lintas budaya. Ketidaktahuan terhadap norma budaya pihak lain dapat menyebabkan kesalahpahaman, bahkan konflik. Misalnya, dalam budaya Jepang, diam bisa berarti persetujuan, sementara dalam budaya Barat, diam mungkin dianggap sebagai penolakan atau ketidakpastian. Dalam konteks inilah muncul konsep *cultural intelligence* atau kecerdasan budaya, yaitu kemampuan untuk memahami dan menyesuaikan gaya komunikasi berdasarkan latar budaya orang lain.



## Psikologi Komunikasi

Perkembangan teknologi juga memunculkan konteks baru dalam komunikasi verbal, yaitu **komunikasi digital**. Dalam dunia digital, seperti email, media sosial, atau chat, konteks nonverbal sering hilang atau tergantikan dengan simbol seperti emotikon. Hal ini menuntut kemampuan baru dalam membaca dan memahami makna komunikasi. Kadang, humor atau sarkasme yang disampaikan secara teks bisa disalahartikan karena kurangnya isyarat nonverbal yang biasanya membantu interpretasi pesan.

Memahami komponen-komponen komunikasi verbal sangat penting untuk mengoptimalkan interaksi antarmanusia. Bahasa sebagai medium utama menjadi alat yang memungkinkan pertukaran pesan, tetapi efektivitas komunikasi sangat bergantung pada bagaimana pesan itu dikodekan, diterjemahkan, dan diinterpretasikan dalam konteks tertentu. Unsur pesan, kode, dan makna membentuk jantung dari proses komunikasi, sementara konteks situasional dan budaya menjadi bingkai yang menentukan keberhasilan pertukaran makna tersebut.

Dengan memahami dan mengelola ketiga komponen ini secara sadar, individu dapat menjadi komunikator yang lebih efektif, reflektif, dan adaptif dalam berbagai situasi dan lingkungan budaya. Dalam dunia yang semakin global dan kompleks, kemampuan berkomunikasi secara verbal secara

efektif menjadi keterampilan esensial yang harus terus dikembangkan.

### **3.3 Fungsi Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal merupakan salah satu sarana utama dalam kehidupan manusia untuk membangun relasi, menyampaikan ide, serta memahami dan membentuk realitas sosial. Melalui kata-kata yang terstruktur, manusia dapat menjalankan berbagai fungsi komunikasi dalam konteks yang beragam. Komunikasi verbal tidak sekadar menjadi alat untuk menyampaikan pesan, melainkan juga memainkan peran strategis dalam mengungkapkan perasaan, memengaruhi orang lain, memberi instruksi, dan menjalin kesepahaman.

Dalam konteks ini, komunikasi verbal memiliki beberapa fungsi utama yang dapat diidentifikasi secara lebih mendalam, yakni fungsi informasional, fungsi ekspresif dan emosional, serta fungsi persuasif dan instruksional. Ketiga fungsi ini saling berkaitan dan seringkali saling tumpang tindih dalam praktik komunikasi sehari-hari.

#### **1. Fungsi Informasional**

Fungsi informasional dari komunikasi verbal merupakan aspek yang paling dasar dan paling umum. Dalam fungsi ini, komunikasi verbal berperan sebagai alat untuk menyampaikan

## **Psikologi Komunikasi**

informasi dari satu pihak ke pihak lainnya. Informasi yang disampaikan bisa berupa data, fakta, hasil observasi, pemikiran, atau pemahaman tentang suatu hal. Tujuan utama dari fungsi ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan penerima pesan dan menciptakan pemahaman bersama.

Contoh sederhana dari fungsi informasional ini adalah ketika seorang guru menjelaskan materi pelajaran kepada murid, seorang penyiar berita menyampaikan peristiwa terkini, atau seseorang memberikan arahan rute perjalanan kepada orang lain. Dalam semua situasi tersebut, inti dari komunikasi verbal adalah penyampaian informasi secara akurat, jelas, dan sistematis. Keefektifan komunikasi dalam fungsi ini sangat tergantung pada kejelasan pesan, struktur penyampaian, dan kemampuan penerima dalam menginterpretasi informasi.

Komunikasi verbal yang bersifat informasional juga menjadi dasar dalam proses pendidikan, penelitian, dan penyebaran ilmu pengetahuan. Tanpa komunikasi verbal yang efektif, proses transfer pengetahuan akan terganggu. Dalam ruang akademik, misalnya, penjelasan konsep-konsep yang kompleks membutuhkan penggunaan bahasa yang tepat, analogi yang sesuai, serta struktur kalimat yang logis agar informasi dapat dipahami secara maksimal.

Selain itu, fungsi informasional juga memiliki dimensi sosial dan politik. Dalam masyarakat demokratis, kebebasan

berbicara dan keterbukaan informasi menjadi bagian dari hak asasi manusia. Penyampaian informasi melalui media massa, pidato publik, maupun komunikasi interpersonal memungkinkan masyarakat untuk membuat keputusan yang sadar dan berpartisipasi dalam kehidupan sosial dan politik secara aktif.

Namun demikian, fungsi informasional tidak selalu netral. Penyampaian informasi dapat dibentuk oleh sudut pandang, kepentingan, dan konteks tertentu. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk memiliki kemampuan berpikir kritis dan literasi media dalam menerima serta mengevaluasi informasi yang disampaikan melalui komunikasi verbal. Informasi yang tidak akurat, menyesatkan, atau bias dapat menimbulkan kesalahpahaman, konflik, bahkan disinformasi di masyarakat.

## **2. Fungsi Ekspresif dan Emosional**

Komunikasi verbal tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan fakta atau informasi, tetapi juga untuk mengekspresikan perasaan, emosi, serta keadaan psikologis seseorang. Fungsi ekspresif dan emosional ini menempatkan bahasa sebagai sarana untuk menyuarakan dunia batin, baik

## Psikologi Komunikasi

dalam bentuk sukacita, kesedihan, kemarahan, ketakutan, cinta, maupun harapan.

Melalui kata-kata, seseorang dapat mencurahkan perasaannya, menyampaikan simpati, menunjukkan empati, atau mengekspresikan ketegangan yang dirasakan. Kalimat-kalimat seperti "Saya sangat bahagia hari ini", "Aku kecewa padamu", atau "Aku benar-benar takut kehilanganmu" mencerminkan fungsi ekspresif dari komunikasi verbal. Kalimat-kalimat tersebut bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menggambarkan kondisi emosional pembicara yang bisa memengaruhi dinamika hubungan interpersonal.

Fungsi ekspresif sangat penting dalam menjaga kesehatan mental dan emosional. Dalam dunia psikologi, terapi bicara (*talk therapy*) menjadi salah satu metode utama untuk membantu individu mengatasi masalah emosional atau psikologis. Melalui komunikasi verbal, individu dapat menyalurkan tekanan batin, menjelaskan pengalaman traumatis, serta mendapatkan kelegaan emosional. Kata-kata dalam hal ini berfungsi sebagai jembatan antara pengalaman batin dan pemahaman diri.

Selain itu, komunikasi verbal dengan fungsi emosional juga berperan besar dalam menjalin dan mempererat relasi antarpribadi. Ucapan-ucapan yang mengandung pujian,

dukungan, ungkapan kasih sayang, atau bahkan permintaan maaf dapat memperkuat ikatan emosional antarindividu. Dalam hubungan keluarga, pasangan, maupun pertemanan, ekspresi verbal terhadap perasaan sangat penting untuk membangun kepercayaan dan kedekatan.

Namun, fungsi ekspresif dan emosional dalam komunikasi verbal juga memerlukan kecerdasan emosional. Tidak semua perasaan dapat atau perlu diungkapkan secara langsung, terutama dalam konteks budaya atau sosial tertentu. Misalnya, dalam budaya yang mengedepankan kontrol diri, ekspresi kemarahan secara verbal bisa dianggap tidak sopan atau tidak bijak. Oleh karena itu, individu perlu memahami norma sosial yang berlaku dan menyesuaikan cara ekspresi verbal agar sesuai dengan konteks yang ada.

Selain itu, kata-kata yang digunakan untuk mengekspresikan emosi bisa membawa dampak positif atau negatif, tergantung pada pilihan bahasa, nada suara, dan situasi komunikasi. Ucapan yang kasar, sinis, atau menyakitkan bisa merusak hubungan, bahkan menimbulkan trauma. Sebaliknya, kata-kata yang penuh kehangatan, pengertian, dan kasih sayang bisa menjadi penyembuh dalam relasi yang rapuh. Oleh karena itu, penting untuk mengelola komunikasi verbal secara bijak, terutama ketika sedang berada dalam kondisi emosional yang intens.

### **3. Fungsi Persuasif dan Instruksional**

Komunikasi verbal juga memiliki fungsi untuk memengaruhi dan mengarahkan tindakan atau pikiran orang lain, yang dikenal sebagai fungsi persuasif dan instruksional. Fungsi ini menjadikan komunikasi verbal sebagai alat strategis dalam berbagai konteks, mulai dari pendidikan, bisnis, politik, hingga kehidupan sehari-hari.

**Fungsi persuasif** berkaitan dengan upaya meyakinkan orang lain untuk menerima suatu pandangan, sikap, atau melakukan tindakan tertentu. Dalam komunikasi persuasif, pembicara menggunakan bahasa untuk membangun argumen, menyampaikan alasan, dan menyentuh emosi pendengar agar dapat mengubah pendapat atau perilaku mereka. Contoh nyata dari komunikasi persuasif adalah pidato kampanye politik, iklan komersial, debat publik, atau negosiasi bisnis.

Kemampuan untuk menyusun pesan verbal yang persuasif membutuhkan pemahaman mendalam terhadap audiens, pemilihan kata yang tepat, serta penggunaan gaya bahasa yang meyakinkan. Strategi retorika seperti logos (logika), ethos (kredibilitas), dan pathos (emosi) sering digunakan dalam komunikasi persuasif. Misalnya, seorang pemimpin organisasi yang ingin mengajak anggotanya

melakukan perubahan, akan menyampaikan fakta-fakta pendukung (logos), menampilkan integritas pribadinya (ethos), dan menyentuh kepedulian atau harapan bersama (pathos) dalam pidatonya.

Sementara itu, **fungsi instruksional** berkaitan dengan penyampaian perintah, arahan, atau prosedur yang bertujuan untuk mengatur tindakan atau perilaku penerima pesan. Fungsi ini sangat penting dalam konteks pendidikan, militer, dunia kerja, dan pelayanan publik. Contoh fungsi instruksional dalam komunikasi verbal bisa ditemukan dalam proses pembelajaran di kelas, ketika guru memberi tugas dan petunjuk pengerjaan, atau dalam dunia kerja, saat atasan memberikan instruksi kepada bawahannya tentang langkah-langkah tertentu yang harus dilakukan.

Komunikasi verbal yang bersifat instruksional harus mengutamakan kejelasan, ketegasan, dan struktur penyampaian yang logis. Ketidaktepatan dalam menyampaikan instruksi dapat menyebabkan kesalahan, kebingungan, atau bahkan kegagalan dalam pelaksanaan tugas. Oleh karena itu, penting bagi komunikator untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik, dan bagi komunikan untuk memberikan umpan balik sebagai bentuk konfirmasi.



## **Psikologi Komunikasi**

Dalam praktiknya, fungsi persuasif dan instruksional seringkali berjalan berdampingan. Seorang pemimpin tidak hanya memberi instruksi, tetapi juga perlu meyakinkan timnya tentang pentingnya misi yang diemban. Seorang guru tidak hanya menjelaskan prosedur, tetapi juga membangkitkan semangat belajar siswa. Seorang orang tua tidak hanya melarang, tetapi juga menjelaskan alasan dan konsekuensi dari suatu tindakan. Kombinasi antara kemampuan menyampaikan instruksi dengan daya persuasi yang baik merupakan ciri dari komunikator yang efektif.

Namun demikian, fungsi ini juga memiliki potensi disalahgunakan jika digunakan untuk manipulasi atau dominasi. Komunikasi verbal yang persuasif bisa berubah menjadi propaganda, dan instruksi bisa menjadi bentuk otoritarianisme jika tidak disertai dengan etika komunikasi dan kesadaran akan hak-hak komunikan. Oleh karena itu, penting untuk menggunakan fungsi ini secara bertanggung jawab, dengan memperhatikan prinsip-prinsip komunikasi yang sehat, seperti kejujuran, empati, dan saling menghormati.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi verbal tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi secara netral, tetapi juga memainkan peran penting dalam mengungkapkan emosi dan membangun koneksi antarindividu, serta dalam memengaruhi dan mengarahkan

tindakan orang lain. Fungsi-fungsi ini menunjukkan bahwa komunikasi verbal adalah alat yang sangat kompleks dan multidimensional, yang memerlukan keterampilan, kesadaran, serta tanggung jawab dalam penggunaannya.

Pemahaman mendalam terhadap fungsi-fungsi komunikasi verbal memungkinkan individu untuk menjadi komunikator yang lebih efektif dalam berbagai konteks, baik pribadi, sosial, maupun profesional. Dalam era komunikasi yang semakin cepat dan kompleks, kemampuan untuk menggunakan bahasa secara informatif, ekspresif, dan persuasif menjadi salah satu kunci penting dalam membangun relasi yang sehat, produktif, dan bermakna.

### **3.4 Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal, meskipun terlihat sebagai proses sederhana yang melibatkan pengiriman dan penerimaan pesan melalui bahasa, pada kenyataannya sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks dan dinamis. Proses komunikasi tidak terjadi dalam ruang hampa, melainkan dalam konteks sosial, budaya, emosional, dan psikologis yang beragam.

Oleh karena itu, untuk memahami secara utuh dinamika komunikasi verbal, penting untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas, makna, serta arah komunikasi itu sendiri. Tiga faktor utama yang berperan signifikan dalam membentuk komunikasi verbal antara lain: latar belakang sosial dan budaya, kondisi emosional dan psikologis individu, serta status dan relasi antara komunikator.

### **1. Latar Belakang Sosial dan Budaya**

Salah satu faktor paling mendasar yang memengaruhi komunikasi verbal adalah latar belakang sosial dan budaya dari para pelaku komunikasi. Bahasa tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai cerminan dari nilai-nilai, norma, kebiasaan, dan cara pandang suatu kelompok masyarakat. Oleh karena itu, perbedaan budaya sering kali menghasilkan perbedaan dalam penggunaan bahasa, baik dari segi struktur, makna, maupun konteks penggunaannya.

Sebagai contoh, dalam budaya yang menjunjung tinggi kesopanan dan hierarki seperti budaya Jepang atau budaya Jawa, penggunaan kata-kata dalam komunikasi verbal sangat diperhatikan. Pemilihan kata, tingkat formalitas, serta gaya penyampaian harus disesuaikan dengan status sosial lawan bicara. Sebaliknya, dalam budaya yang lebih egaliter seperti di

Amerika Serikat, komunikasi verbal cenderung lebih langsung, terbuka, dan kurang formal. Perbedaan ini dapat menyebabkan kesalahpahaman jika pelaku komunikasi tidak memahami konteks budaya masing-masing.

Selain itu, budaya juga memengaruhi cara seseorang menafsirkan makna dari sebuah pesan verbal. Sebuah kata atau ungkapan dalam satu budaya bisa memiliki makna yang sangat berbeda atau bahkan bertentangan dalam budaya lain. Misalnya, ekspresi verbal yang dianggap sopan di satu komunitas bisa saja dianggap tidak sopan di komunitas lain. Hal ini menjelaskan mengapa dalam komunikasi antarbudaya, sensitivitas budaya menjadi sangat penting untuk menghindari miskomunikasi.

Latar belakang sosial seperti tingkat pendidikan, kelas ekonomi, serta pengalaman hidup juga berpengaruh terhadap cara seseorang menggunakan dan memahami bahasa. Individu dengan latar pendidikan tinggi cenderung memiliki kosakata yang lebih luas dan kemampuan berpikir abstrak yang lebih kuat, yang kemudian tercermin dalam cara mereka berkomunikasi. Sebaliknya, individu dari latar sosial ekonomi yang kurang beruntung mungkin memiliki gaya komunikasi yang lebih sederhana dan langsung. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi verbal tidak bisa dilepaskan dari

## **Psikologi Komunikasi**

pemahaman terhadap latar belakang sosial dan budaya masing-masing komunikator.

### **2. Emosi dan Psikologis Individu**

Faktor kedua yang berpengaruh besar dalam komunikasi verbal adalah kondisi emosional dan psikologis individu. Komunikasi tidak hanya dipengaruhi oleh apa yang ingin disampaikan, tetapi juga oleh bagaimana perasaan pembicara pada saat itu. Emosi seperti marah, sedih, bahagia, cemas, atau kecewa dapat secara langsung memengaruhi pilihan kata, nada suara, kecepatan bicara, bahkan struktur kalimat yang digunakan.

Seseorang yang sedang marah, misalnya, cenderung berbicara dengan nada tinggi, kata-kata tajam, dan volume suara yang lebih keras. Sebaliknya, seseorang yang sedang sedih mungkin berbicara dengan pelan, datar, dan tidak bersemangat. Dalam situasi seperti ini, pesan yang disampaikan sering kali dipengaruhi oleh kondisi emosional, sehingga bisa menimbulkan penafsiran yang berbeda oleh pendengar.

Kondisi psikologis seperti tingkat kepercayaan diri, gangguan mental, atau pengalaman traumatis juga berpengaruh terhadap komunikasi verbal. Individu dengan

tingkat kepercayaan diri tinggi cenderung lebih lugas dan yakin dalam menyampaikan pendapat. Sebaliknya, individu yang merasa terintimidasi atau mengalami kecemasan sosial mungkin akan kesulitan menyusun kata-kata, berbicara dengan terbata-bata, atau bahkan memilih diam dalam interaksi verbal.

Faktor emosional juga berperan dalam proses mendengarkan dan merespons pesan verbal. Pendengar yang sedang dalam kondisi emosional tertentu mungkin menafsirkan pesan secara subjektif. Misalnya, seseorang yang sedang merasa terluka bisa saja menafsirkan komentar netral sebagai bentuk kritik atau serangan pribadi. Oleh karena itu, kesadaran emosional dan pengelolaan emosi menjadi bagian penting dalam menciptakan komunikasi verbal yang sehat dan efektif.

### **3. Status dan Relasi Antar Komunikator**

Faktor lain yang sangat penting dalam komunikasi verbal adalah status dan relasi antara komunikator. Dalam setiap interaksi, selalu terdapat struktur relasi yang mencerminkan kekuasaan, hierarki, atau kedekatan antarindividu. Relasi ini memengaruhi cara seseorang berbicara, memilih kata, dan menyusun kalimat.

## **Psikologi Komunikasi**

Dalam hubungan yang bersifat hierarkis seperti antara atasan dan bawahan, guru dan murid, atau orang tua dan anak, komunikasi verbal biasanya menunjukkan ketimpangan kekuasaan. Pihak yang memiliki status lebih tinggi cenderung lebih dominan dalam berbicara, memberikan instruksi, atau menyampaikan pendapat. Sementara itu, pihak dengan status lebih rendah cenderung lebih berhati-hati, menggunakan bahasa yang sopan, dan menunjukkan sikap hormat.

Sebaliknya, dalam hubungan yang bersifat sejajar seperti antara teman sebaya, rekan kerja, atau pasangan, komunikasi verbal lebih bersifat timbal balik, santai, dan terbuka. Perbedaan dalam struktur relasi ini membentuk pola komunikasi yang berbeda-beda, baik dari segi isi pesan maupun cara penyampaian.

Relasi antar komunikator juga dipengaruhi oleh tingkat keakraban dan kedekatan emosional. Semakin dekat hubungan antarindividu, semakin bebas dan ekspresif komunikasi verbal yang terjadi. Dalam hubungan yang intim, seseorang cenderung menggunakan bahasa yang lebih personal, metaforis, atau bahkan kode-kode khusus yang hanya dipahami oleh kedua belah pihak. Sebaliknya, dalam hubungan yang masih asing atau formal, bahasa yang digunakan cenderung lebih netral, terstruktur, dan berhati-hati.

Selain itu, adanya stereotip atau prasangka terhadap status sosial seseorang juga bisa memengaruhi proses komunikasi. Misalnya, seorang pekerja rendahan mungkin merasa tidak nyaman berbicara dengan pejabat tinggi karena merasa tidak setara, sehingga memilih diam atau menghindari komunikasi. Padahal, komunikasi yang efektif dapat tercapai jika setiap individu merasa dihargai, setara, dan terbuka terhadap perbedaan.

Dengan memahami ketiga faktor utama yang memengaruhi komunikasi verbal yakni latar belakang sosial dan budaya, kondisi emosional dan psikologis individu, serta status dan relasi antar komunikator kita dapat lebih bijak dan cermat dalam berkomunikasi. Komunikasi yang efektif tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada kemampuan untuk memahami konteks dan karakteristik dari lawan bicara. Kesadaran akan faktor-faktor ini memungkinkan terciptanya komunikasi yang lebih inklusif, empatik, dan produktif, baik dalam interaksi sehari-hari maupun dalam konteks profesional dan antarbudaya.

### **3.5 Hambatan dalam Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal merupakan sarana penting dalam menjalin relasi antarmanusia. Namun, dalam praktiknya,



komunikasi verbal tidak selalu berjalan mulus. Meskipun pesan telah disampaikan dengan bahasa yang tampaknya jelas, makna yang diterima oleh lawan bicara bisa berbeda dari yang dimaksudkan. Hambatan komunikasi atau yang biasa disebut dengan "communication breakdown" menjadi penyebab utama terjadinya kesalahpahaman, konflik, atau kegagalan dalam mencapai tujuan komunikasi. Hambatan-hambatan ini bisa bersifat linguistik, psikologis, sosial, maupun lingkungan. Tiga hambatan utama dalam komunikasi verbal yang paling umum terjadi adalah ambiguitas bahasa, perbedaan persepsi dan penafsiran, serta gangguan kontekstual dan lingkungan.

### **1. Ambiguitas Bahasa**

Ambiguitas adalah kondisi ketika suatu pesan atau kata memiliki lebih dari satu makna, sehingga menimbulkan kebingungan dalam pemahaman. Bahasa sebagai alat komunikasi verbal memang bersifat simbolik dan arbitrer; satu kata bisa memiliki makna yang berbeda tergantung pada konteks, latar belakang budaya, atau intonasi penyampaian. Ambiguitas bisa muncul dalam bentuk kata, kalimat, atau struktur gramatikal yang tidak spesifik, membingungkan, atau terlalu umum.

Contohnya, kata "bisa" dalam bahasa Indonesia bisa berarti "mampu" atau "racun". Tanpa konteks yang jelas,

pendengar bisa menafsirkan makna yang salah. Dalam kalimat "Saya tidak bisa makan ikan", apakah artinya ia tidak mampu makan ikan, tidak boleh karena alergi, atau ikan tersebut mengandung racun? Ambiguitas semacam ini sering menjadi sumber kesalahan dalam komunikasi, terutama dalam percakapan informal, teks tertulis yang ringkas seperti pesan singkat, atau dalam komunikasi lintas budaya.

Ambiguitas juga sering terjadi akibat penggunaan jargon, idiom, atau istilah teknis yang tidak dipahami oleh semua pihak. Dalam dunia profesional, misalnya, seorang ahli hukum mungkin menggunakan istilah "putusan inkrah" yang tidak dimengerti oleh orang awam. Bila tidak ada penjelasan, pesan yang disampaikan akan kehilangan maknanya atau disalahartikan. Oleh karena itu, kejelasan bahasa menjadi aspek penting yang harus diperhatikan dalam komunikasi verbal, terutama ketika komunikasi terjadi antara pihak yang memiliki latar belakang pengetahuan atau budaya yang berbeda.

## **2. Perbedaan Persepsi dan Penafsiran**

Faktor berikutnya yang menjadi hambatan utama dalam komunikasi verbal adalah perbedaan persepsi dan penafsiran. Persepsi merupakan proses mental dalam menafsirkan dan

## **Psikologi Komunikasi**

memberi makna terhadap stimulus yang diterima. Dalam konteks komunikasi, setiap individu memiliki cara sendiri dalam menafsirkan pesan yang ia terima, tergantung pada pengalaman hidup, pengetahuan, nilai-nilai pribadi, serta kerangka berpikirnya.

Misalnya, ketika seseorang berkata, "Kamu terlalu serius," penerima pesan bisa menafsirkannya sebagai kritik, nasihat, atau bahkan sindiran, tergantung pada relasi antar komunikator dan nada suara yang digunakan. Dalam situasi yang sama, orang yang berbeda bisa saja menanggapi pesan tersebut dengan emosi yang sangat berbeda: ada yang tersinggung, ada yang merasa diperhatikan, dan ada pula yang mengabaikan. Ini menunjukkan bahwa proses interpretasi sangat subjektif.

Perbedaan persepsi ini juga diperparah oleh stereotip dan prasangka yang dimiliki oleh masing-masing individu. Jika seseorang sudah memiliki pandangan negatif terhadap orang lain, maka ia cenderung menafsirkan pesan yang netral sekalipun secara negatif. Hal ini menjelaskan mengapa konflik sering kali terjadi bukan karena isi pesan itu sendiri, melainkan karena cara pesan tersebut dipersepsi oleh penerima.

Selain itu, latar belakang budaya, agama, pendidikan, dan bahkan bahasa ibu juga membentuk cara seseorang menafsirkan kata-kata. Dalam konteks antarbudaya,

perbedaan persepsi menjadi lebih kentara. Ungkapan yang dianggap humoris dalam satu budaya bisa dianggap kasar atau tidak sopan dalam budaya lain. Karena itu, penting bagi komunikator untuk menyadari bahwa pesan verbal yang disampaikan bisa dimaknai dengan sangat beragam, tergantung siapa pendengarnya.

### **3. Gangguan Kontekstual dan Lingkungan**

Hambatan lain yang sering kali tidak disadari namun sangat memengaruhi efektivitas komunikasi verbal adalah gangguan kontekstual dan lingkungan. Gangguan ini mencakup semua elemen fisik maupun non-fisik yang mengganggu proses pengiriman dan penerimaan pesan, seperti kebisingan, pencahayaan yang buruk, gangguan visual, suhu ruangan, atau bahkan suasana hati dan lingkungan sosial tempat komunikasi berlangsung.

Bayangkan percakapan penting yang dilakukan di tengah keramaian pasar atau stasiun yang bising meskipun pembicara menggunakan kata-kata yang tepat, penerima pesan bisa saja tidak mendengar dengan jelas, atau tidak bisa berkonsentrasi dalam memahami isi pesan. Dalam kondisi ini, pesan bisa hilang, terpotong, atau disalahpahami. Demikian pula, komunikasi di tempat yang terlalu panas atau tidak nyaman

## **Psikologi Komunikasi**

bisa menyebabkan lawan bicara menjadi tidak fokus atau cepat lelah, yang akhirnya berdampak pada proses komunikasi.

Gangguan juga bisa bersifat simbolik atau sosial, seperti tekanan waktu, dominasi satu pihak dalam pembicaraan, atau rasa tidak nyaman karena perbedaan status sosial. Seorang bawahan yang harus berbicara di hadapan atasan dalam forum formal, misalnya, mungkin akan merasa gugup atau tertekan, sehingga kesulitan menyampaikan gagasan secara jelas dan logis. Gangguan-gangguan semacam ini bisa menghambat kelancaran komunikasi verbal secara signifikan.

Tidak hanya itu, ketidaksesuaian konteks juga dapat menjadi hambatan. Misalnya, menyampaikan kritik yang tajam di hadapan umum bisa menimbulkan rasa malu atau perlawanan dari pihak yang dikritik. Atau memberikan informasi penting dalam suasana yang tidak tepat (misalnya ketika lawan bicara sedang tergesa-gesa) bisa membuat pesan tersebut tidak diproses dengan baik. Konteks waktu, tempat, dan suasana batin penerima pesan sangat menentukan apakah komunikasi verbal akan diterima secara efektif atau justru menimbulkan resistensi.

Hambatan dalam komunikasi verbal merupakan bagian yang tidak terelakkan dari interaksi manusia. Namun, dengan kesadaran dan pemahaman yang baik terhadap sumber-

sumber hambatan seperti ambiguitas bahasa, perbedaan persepsi, serta gangguan kontekstual dan lingkungan, seseorang dapat mengantisipasi dan meminimalkan kesalahpahaman dalam komunikasi.

Komunikasi verbal yang efektif bukan hanya soal menyampaikan pesan, tetapi juga memastikan bahwa pesan diterima dan dipahami sesuai dengan maksud aslinya. Oleh karena itu, diperlukan keterampilan komunikasi yang sensitif terhadap bahasa, persepsi, dan konteks agar pesan yang disampaikan benar-benar bermakna dan berdampak positif bagi semua pihak yang terlibat.

### **3.6 Dinamika Komunikasi Verbal dalam Konteks Sosial**

Komunikasi verbal tidak hanya berlangsung dalam interaksi antarindividu secara umum, melainkan juga memiliki dinamika yang khas dalam berbagai konteks sosial. Setiap lingkungan sosial menghadirkan karakteristik, tuntutan, serta tujuan komunikasi yang berbeda, sehingga strategi dan gaya komunikasi pun perlu disesuaikan. Tiga konteks sosial utama yang sangat menentukan dinamika komunikasi verbal adalah keluarga, tempat kerja, dan dunia pendidikan.

### **1. Komunikasi Verbal dalam Keluarga**

Keluarga merupakan lingkungan sosial pertama yang menjadi dasar pembentukan kemampuan dan kebiasaan komunikasi seseorang. Dalam keluarga, komunikasi verbal memainkan peran vital dalam membentuk kedekatan emosional, menanamkan nilai-nilai, serta menyelesaikan konflik. Bentuk komunikasi verbal dalam keluarga bisa sangat beragam, mulai dari obrolan santai sehari-hari hingga diskusi mendalam mengenai keputusan penting.

Gaya komunikasi dalam keluarga sangat dipengaruhi oleh pola asuh, struktur keluarga, dan nilai-nilai yang dianut. Keluarga yang mendorong keterbukaan akan melahirkan anggota yang komunikatif, sedangkan keluarga yang menekankan otoritas bisa menciptakan komunikasi yang lebih satu arah. Oleh karena itu, komunikasi verbal dalam keluarga menjadi fondasi penting bagi pembentukan identitas diri dan kemampuan interpersonal seseorang di kemudian hari.

### **2. Komunikasi Verbal di Tempat Kerja**

Di lingkungan kerja, komunikasi verbal menjadi instrumen utama dalam menyampaikan tugas, membangun kerja sama tim, serta menyelesaikan permasalahan organisasi. Komunikasi di tempat kerja cenderung bersifat formal,

terstruktur, dan berorientasi pada tujuan. Efektivitas komunikasi verbal di tempat kerja dipengaruhi oleh hierarki jabatan, budaya organisasi, serta gaya kepemimpinan.

Pemilihan kata, intonasi suara, serta strategi penyampaian pesan harus disesuaikan dengan konteks profesional. Komunikasi verbal yang tidak efektif bisa menimbulkan miskomunikasi, menurunnya produktivitas, bahkan konflik antarpegawai. Sebaliknya, komunikasi yang jujur, terbuka, dan efisien dapat meningkatkan kepercayaan, kolaborasi, dan kepuasan kerja. Oleh karena itu, penguasaan keterampilan komunikasi verbal menjadi kompetensi penting dalam dunia profesional.

### **3. Komunikasi Verbal dalam Dunia Pendidikan**

Dalam dunia pendidikan, komunikasi verbal berperan sebagai jembatan utama dalam proses belajar mengajar. Guru menggunakan komunikasi verbal untuk mentransfer pengetahuan, memberikan instruksi, memberi motivasi, serta membangun hubungan yang positif dengan peserta didik.

Di sisi lain, siswa pun menggunakan komunikasi verbal untuk bertanya, menyampaikan pendapat, atau mengungkapkan pemahaman. Dinamika komunikasi verbal dalam dunia pendidikan sangat bergantung pada pendekatan



pedagogis yang digunakan, tingkat partisipasi siswa, serta iklim kelas yang mendukung dialog. Komunikasi verbal yang bersifat suportif dan partisipatif akan mendorong siswa menjadi pembelajar aktif, kritis, dan reflektif. Sebaliknya, komunikasi yang bersifat satu arah dan otoriter dapat menghambat kreativitas dan partisipasi siswa dalam proses belajar.

### **3.7 Strategi Efektif dalam Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal yang efektif merupakan fondasi penting dalam membangun relasi interpersonal, mengelola kerja sama dalam tim, hingga menyampaikan gagasan dalam lingkungan sosial yang beragam. Meskipun kemampuan berbicara dan mendengarkan adalah bagian alami dari aktivitas manusia sehari-hari, tidak semua orang mampu melakukannya secara efektif.

Kesalahpahaman, konflik, atau pesan yang gagal tersampaikan sering kali bukan karena niat yang buruk, melainkan karena kurangnya keterampilan dalam mengelola komunikasi. Oleh karena itu, penting bagi setiap individu untuk memahami dan menguasai strategi-strategi yang dapat meningkatkan efektivitas komunikasi verbal. Beberapa strategi penting dalam hal ini antara lain: keterampilan berbicara dan

mendengarkan, pemilihan kata dan nada yang tepat, serta penggunaan umpan balik sebagai penguat interaksi.

### **1. Keterampilan Berbicara dan Mendengarkan**

Dua pilar utama dalam komunikasi verbal adalah kemampuan berbicara dan mendengarkan. Keduanya bersifat komplementer, tidak bisa dipisahkan, dan saling mendukung satu sama lain. Berbicara merupakan proses menyampaikan pesan secara lisan, sementara mendengarkan adalah proses menerima dan memahami pesan dari lawan bicara. Banyak orang merasa percaya diri saat berbicara, namun tidak semua orang memiliki kemampuan untuk mendengarkan secara aktif. Padahal, mendengarkan secara utuh adalah salah satu keterampilan yang paling penting namun paling sering diabaikan.

Keterampilan berbicara yang baik mencakup kemampuan menyusun ide secara logis, memilih kata yang tepat, serta menyampaikan pesan dengan intonasi, kecepatan, dan ekspresi wajah yang mendukung. Pembicara yang efektif bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mampu membangun kedekatan emosional, menciptakan suasana yang nyaman, dan menyesuaikan cara berbicara dengan karakter pendengar. Misalnya, berbicara dengan anak-anak

tentu membutuhkan pendekatan yang berbeda dibanding berbicara dengan rekan kerja atau atasan.

Sementara itu, mendengarkan aktif (active listening) tidak sekadar mendengar kata-kata, tetapi juga memahami maksud, emosi, dan nilai-nilai di balik pesan. Seorang pendengar aktif memberikan perhatian penuh, tidak menyela pembicaraan, menunjukkan empati, serta merespons secara tepat. Dengan mendengarkan secara aktif, seseorang dapat membangun kepercayaan, menghindari konflik, dan menciptakan komunikasi dua arah yang sehat. Oleh karena itu, keseimbangan antara berbicara dan mendengarkan adalah inti dari komunikasi verbal yang efektif.

## **2. Pemilihan Kata dan Nada yang Tepat**

Salah satu aspek yang paling menentukan keberhasilan komunikasi verbal adalah pemilihan kata dan nada suara. Kata-kata memiliki kekuatan yang luar biasa: mereka dapat menginspirasi, memotivasi, menenangkan, tetapi juga dapat menyakiti, membingungkan, atau menimbulkan konflik. Oleh karena itu, penting bagi setiap komunikator untuk berhati-hati dalam memilih kata-kata yang akan digunakan, khususnya dalam konteks formal, lintas budaya, atau situasi yang sensitif.

Pemilihan kata yang tepat mencakup penggunaan bahasa yang jelas, spesifik, dan mudah dipahami. Hindari penggunaan istilah teknis atau jargon yang tidak dimengerti oleh pendengar. Jika perlu menggunakan istilah-istilah tersebut, sertakan penjelasan yang relevan. Selain itu, bahasa yang inklusif dan sopan harus menjadi prioritas, agar tidak menyinggung atau mengecualikan pihak lain. Dalam konteks profesional maupun sosial, kata-kata yang bernuansa positif dan membangun lebih efektif dalam menciptakan suasana yang kondusif untuk berkomunikasi.

Selain kata, nada suara juga memiliki peran penting dalam menyampaikan makna. Nada yang terlalu tinggi bisa terdengar seperti marah atau mengintimidasi, sedangkan nada yang terlalu rendah bisa dianggap tidak antusias atau pasif. Penggunaan intonasi yang bervariasi dan sesuai dengan isi pesan akan membuat komunikasi terasa lebih hidup dan menarik. Misalnya, saat menyampaikan pujian, nada suara yang hangat akan memperkuat kesan tulus; sementara dalam menyampaikan kritik, nada yang tenang dan empatik akan mengurangi kemungkinan resistensi.

Hal yang perlu diingat adalah bahwa kata dan nada tidak bisa dipisahkan dari konteks sosial dan budaya. Sebuah ungkapan yang dianggap biasa di satu kelompok bisa jadi terdengar kasar atau tidak sopan di kelompok lain. Maka dari

itu, sensitivitas terhadap konteks sosial, latar belakang budaya, dan karakteristik pribadi pendengar sangat penting dalam menentukan cara menyampaikan pesan secara efektif.

### **3. Umpan Balik sebagai Penguat Interaksi**

Umpan balik atau feedback adalah elemen penting dalam proses komunikasi verbal yang sering kali menentukan apakah pesan telah diterima dan dipahami dengan baik. Umpan balik bisa berupa kata-kata, gerakan tubuh, ekspresi wajah, atau bahkan diam yang bermakna. Dalam komunikasi dua arah yang efektif, umpan balik tidak hanya menjadi tanda bahwa lawan bicara mendengarkan, tetapi juga menjadi jembatan untuk memperbaiki, memperjelas, atau memperdalam makna pesan yang telah disampaikan.

Dalam percakapan sehari-hari, umpan balik sederhana seperti anggukan kepala, senyuman, atau kata-kata singkat seperti “ya”, “benar”, atau “saya paham” sangat membantu dalam menciptakan interaksi yang dinamis. Dalam konteks yang lebih formal, seperti di lingkungan kerja atau pendidikan, umpan balik dapat berupa pertanyaan, tanggapan kritis, atau komentar yang membangun. Umpan balik semacam ini tidak hanya menunjukkan partisipasi aktif, tetapi juga memberikan

kesempatan bagi pembicara untuk menyempurnakan atau memperluas penyampaian.

Namun demikian, tidak semua umpan balik bersifat positif. Kritik atau koreksi juga merupakan bentuk umpan balik yang penting, asalkan disampaikan dengan cara yang tepat. Umpan balik yang destruktif, kasar, atau merendahkan dapat merusak hubungan komunikasi dan menimbulkan resistensi. Sebaliknya, umpan balik yang disampaikan secara empatik, spesifik, dan dengan niat membangun dapat memperkuat hubungan interpersonal dan meningkatkan kualitas komunikasi.

Perlu juga dicatat bahwa kemampuan memberi dan menerima umpan balik adalah keterampilan yang harus dikembangkan. Banyak orang merasa canggung atau takut saat harus memberikan umpan balik, terutama jika bersifat kritis. Begitu pula, tidak semua orang siap menerima umpan balik, terutama jika merasa bahwa kritik tersebut menyerang harga diri. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang efektif harus mencakup pelatihan atau pembiasaan dalam memberikan dan menerima umpan balik secara sehat.

Komunikasi verbal yang efektif tidak terjadi begitu saja. Ia merupakan hasil dari latihan berkelanjutan, refleksi diri, dan pemahaman atas berbagai strategi komunikasi. Dengan mengasah keterampilan berbicara dan mendengarkan,

## **Psikologi Komunikasi**

memilih kata dan nada secara tepat, serta menggunakan umpan balik sebagai alat refleksi dan penguatan, seseorang akan lebih mampu membangun komunikasi yang bermakna dan produktif. Dalam dunia yang semakin kompleks dan penuh tantangan, kemampuan berkomunikasi secara verbal dengan efektif bukan lagi sekadar kelebihan, melainkan kebutuhan esensial dalam setiap aspek kehidupan sosial, profesional, maupun pendidikan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anisah, N. (2021). Strategi Komunikasi Dewan Asatidz dalam Meningkatkan Pembelajaran (Daring) pada Masa Pandemi di SD 01.
- Bella, R., & Suranto, S. (2023). Komunikasi Interpersonal Orang Tua dengan Siswa dalam Pembelajaran Daring pada Masa Pandemi.
- Fajar, M. (2023). Pola Komunikasi Pembina dengan Santri untuk Meningkatkan Motivasi dalam Menghafal Al-Qur'an di Pondok Pesantren Al-Kautsar Rejang Lebong.
- Fitria, N., & Suryani, E. (2020). Pengaruh Komunikasi Verbal dan Non-Verbal terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 8(2), 123-130.
- Gurusinga, R., Karo-karo, T. M., Syara, A. M., Suhaimi, S., Sitepu, S. D. E. U., Purba, A. S. G., & Sarmana, S. (2021). Implementasi Perilaku Caring Perawat Pelaksana Terhadap Kepuasan Pasien di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Grandmed Lubuk Pakam. *Jurnal Pengmas Kestra (Jpk)*, 1(1), 110–114.
- Habibi, M.A. (2019). Strategi Guru Tahfidz dalam Melakukan Pendampingan Penghafal Al-Qur'an Studi pada Sekolah Islam Terpadu Izzuddin Kota Palembang. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Palembang.



- Karisma, D. A., Febianto, K., & Damarsari, N. (2019). Hubungan Komunikasi Terapeutik Perawat dengan Tingkat Kepuasan Pasien. *Keperawatan dan Kebidanan*, 70–75.
- Liddia, E., Lamri, L., & Setiani, D. (2023). Hubungan Komunikasi Terapeutik dengan Tingkat Kepuasan Pasien di Ruang Daisy RSD dr. H. Soemarno Sosroatmodjo. *SAINTEKES: Jurnal Sains, Teknologi dan Kesehatan*, 2(2), 195–203.
- Lutfiana, L., & Suryani, E. (2021). Pengaruh Komunikasi Verbal dan Non-Verbal terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Puskesmas. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 16(1), 45–52.
- Mayasari, A., Pujasari, W., Arifudin, O., Sabili, S., & Kunci, K. (2021). Pengaruh Media Visual pada Materi Pembelajaran terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik. *Jurnal Tahsinia*, 2(2), 173–179.
- Nabila Nanda Prafika, A., Prawoto, E., Nisak, R., III Keperawatan, D., Keperawatan Pemerintah Kabupaten Ngawi, A., & Kunci Abstrak, K. (2022). Hubungan Komunikasi Terapeutik dengan Tingkat Kepuasan Pasien di Ruang Flamboyan RSUD Dr. Soeroto Ngawi. *CAKRA MEDIKA Media Publikasi Penelitian*, 9(2), 72–78.
- Nuraflah, A., Luthfi, M., & Syaroh, M. (2019). Buku Ajar Komunikasi Verbal dan Nonverbal: Strategi dalam Menghindari Konflik. Enam Media.
- Oktarinah, V. (2020). Kombinasi Komunikasi Verbal dan Non Verbal dalam Aplikasi Pembelajaran Tahfidz Al-Qur'an (Studi pada Yayasan Askar Kauny Cabang Palembang). Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu

Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

- Pujilestari, Y., & Susila, A. (2020). Pemanfaatan Media Visual dalam Pembelajaran Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan. *Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi*, 19(02), 40–47.
- Wahyuni, S., & Lahaja, W. S. (2020). Hubungan Komunikasi Terapeutik Perawat dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Robert Wolter Mongisidi Manado. *Jurnal Nurse*, 3(2).



## **BAB 4**

# **KOMUNIKASI NONVERBAL**

### **4.1 Pengertian Komunikasi Nonverbal**

#### **1. Definisi dan Konsep Dasar**

Komunikasi nonverbal merupakan salah satu aspek penting dalam proses komunikasi yang sering kali mendominasi pesan yang disampaikan antarindividu. Secara umum, komunikasi nonverbal dapat diartikan sebagai bentuk komunikasi yang menggunakan simbol-simbol, ekspresi, gerak tubuh, kontak mata, intonasi suara, dan elemen lain yang tidak menggunakan kata-kata secara langsung untuk menyampaikan maksud atau perasaan (Knapp & Hall, 2010). Komunikasi ini terjadi tanpa menggunakan bahasa verbal, sehingga lebih mengandalkan isyarat dan sinyal yang dapat dibaca oleh penerima pesan. Hal ini menjadikan komunikasi nonverbal sebagai media komunikasi yang sangat kuat dalam menyampaikan emosi, sikap, serta membangun hubungan interpersonal.

Burgoon, Guerrero, dan Floyd (2016), komunikasi nonverbal adalah segala bentuk komunikasi yang tidak melibatkan penggunaan kata-kata secara langsung, melainkan

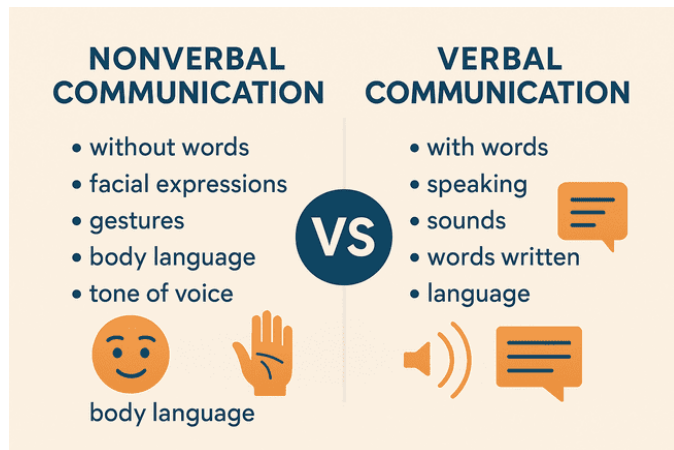
## **Psikologi Komunikasi**

melalui berbagai tanda dan simbol yang dapat berupa gerakan tubuh, ekspresi wajah, serta cara penggunaan ruang dan waktu dalam interaksi sosial. Konsep dasar komunikasi nonverbal menekankan bahwa pesan yang disampaikan lewat bahasa tubuh sering kali memberikan informasi yang lebih autentik dan jujur dibandingkan dengan pesan verbal, karena ekspresi nonverbal sulit untuk dikontrol sepenuhnya oleh individu. Oleh karena itu, komunikasi nonverbal kerap dijadikan indikator penting dalam menganalisis sikap dan perasaan seseorang.

Komunikasi nonverbal juga memiliki cakupan yang luas, tidak hanya terbatas pada komunikasi interpersonal tatap muka, tetapi juga mencakup komunikasi melalui media seperti video, telepon, dan bahkan interaksi daring. Komunikasi nonverbal berfungsi sebagai pelengkap, penguat, atau bahkan pengganti komunikasi verbal. Sebagai pelengkap, misalnya, ketika seseorang mengatakan "Saya baik-baik saja" dengan ekspresi wajah yang ceria, pesan verbal dan nonverbal akan selaras. Namun, jika ekspresi wajahnya sedih atau gelisah, maka terjadi disonansi yang mengindikasikan adanya sesuatu yang tidak sesuai dengan kata-kata yang diucapkan. Inilah salah satu fungsi vital komunikasi nonverbal dalam membantu interpretasi pesan secara lebih komprehensif.

## 2. Perbedaan antara Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Komunikasi verbal dan nonverbal memiliki perbedaan mendasar, meskipun keduanya saling melengkapi dalam membangun komunikasi yang efektif. Komunikasi verbal adalah proses penyampaian pesan yang menggunakan kata-kata, baik secara lisan maupun tulisan, untuk menyampaikan informasi, gagasan, dan emosi. Sedangkan komunikasi nonverbal merupakan bentuk komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata, melainkan isyarat yang bersifat visual atau auditif seperti ekspresi wajah, gerak tubuh, intonasi suara, dan sebagainya.



## **Psikologi Komunikasi**

Salah satu perbedaan utama terletak pada sifatnya. Komunikasi verbal bersifat eksplisit dan terstruktur, sehingga pesan yang disampaikan lebih jelas dan dapat diulang-ulang. Sebaliknya, komunikasi nonverbal bersifat implisit dan sering kali spontan, sehingga memungkinkan adanya interpretasi yang beragam tergantung pada konteks dan budaya (Knapp & Hall, 2010). Misalnya, dalam situasi formal, penggunaan bahasa verbal menjadi dominan karena kebutuhan akan kejelasan dan ketepatan informasi. Namun dalam situasi informal, komunikasi nonverbal seperti bahasa tubuh dan ekspresi wajah menjadi sangat berpengaruh dalam menyampaikan maksud dan perasaan.

Komunikasi verbal memiliki keterbatasan dalam mengekspresikan nuansa emosional secara detail, sementara komunikasi nonverbal sangat efektif dalam menyampaikan perasaan seperti kemarahan, kebahagiaan, kesedihan, dan ketidaknyamanan yang sulit diungkapkan melalui kata-kata. Hal ini dikarenakan isyarat nonverbal sering kali lebih autentik karena berasal dari reaksi alami tubuh manusia, sedangkan kata-kata bisa saja dimanipulasi atau disembunyikan. Sebagai contoh, seseorang mungkin mengatakan "Saya setuju" tetapi dengan nada suara yang datar dan ekspresi wajah yang tidak meyakinkan, menunjukkan bahwa sebenarnya ia tidak setuju.

Perbedaan lainnya adalah bahwa komunikasi verbal memerlukan kesadaran dan penguasaan bahasa oleh pengirim dan penerima, sehingga bisa dipelajari dan dipahami secara sistematis. Sedangkan komunikasi nonverbal bersifat universal dan kerap kali dipahami secara intuitif tanpa perlu pembelajaran formal. Meski demikian, komunikasi nonverbal juga sangat dipengaruhi oleh konteks budaya. Sebagai contoh, kontak mata yang intens dalam budaya Barat dianggap sebagai tanda kejujuran dan kepercayaan, namun dalam beberapa budaya Asia, kontak mata langsung bisa dianggap kurang sopan atau menantang (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016).

Di sisi lain, komunikasi nonverbal lebih sulit untuk dikontrol secara sadar, sehingga sering dijadikan indikator penting dalam analisis perilaku dan kejujuran seseorang. Seseorang yang berbohong misalnya, mungkin sulit menyembunyikan ekspresi wajah atau bahasa tubuhnya yang menunjukkan ketidaknyamanan. Oleh karena itu, komunikasi nonverbal tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap komunikasi verbal, tetapi juga sebagai alat verifikasi pesan yang disampaikan secara lisan.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi verbal dan nonverbal memiliki peran yang



berbeda namun saling melengkapi dalam komunikasi manusia. Komunikasi verbal memberikan struktur dan kejelasan pesan, sementara komunikasi nonverbal memberikan konteks emosional dan makna yang lebih dalam. Pemahaman yang baik terhadap kedua bentuk komunikasi ini sangat penting bagi setiap individu agar dapat berinteraksi secara efektif dan membangun hubungan sosial yang harmonis.

## **4.2 Fungsi Komunikasi Nonverbal**

### **1. Fungsi dalam Menunjang Komunikasi Verbal**

Komunikasi nonverbal memiliki peranan yang sangat penting dalam menunjang dan melengkapi komunikasi verbal. Dalam berbagai interaksi sehari-hari, komunikasi verbal yang berupa kata-kata saja tidak cukup untuk menyampaikan pesan secara utuh dan efektif. Komunikasi nonverbal berfungsi sebagai pelengkap yang membantu memperjelas, menegaskan, atau bahkan mengubah makna dari pesan verbal yang disampaikan.

Sebagai contoh, ketika seseorang mengucapkan kalimat "Saya senang bertemu denganmu," ekspresi wajah yang tersenyum dan gerakan tubuh yang terbuka akan memperkuat kesan positif dari kalimat tersebut. Sebaliknya, jika kalimat itu

diucapkan dengan ekspresi datar atau suara datar, maka pesan verbal tersebut dapat kehilangan maknanya atau bahkan menimbulkan kebingungan pada penerima pesan (Guerrero, Andersen, & Afifi, 2017).

Selain sebagai pelengkap, komunikasi nonverbal juga berfungsi untuk mengatur jalannya komunikasi verbal melalui sinyal-sinyal yang mengindikasikan giliran berbicara, penekanan pada kata atau kalimat tertentu, dan menandai pergantian topik pembicaraan. Misalnya, gerakan tangan yang digunakan seseorang saat berbicara dapat menegaskan poin penting dalam percakapan. Intonasi dan volume suara juga merupakan bentuk komunikasi nonverbal yang memengaruhi bagaimana pesan verbal diterima dan dipahami oleh lawan bicara. Dengan demikian, komunikasi nonverbal memainkan peran sentral dalam meningkatkan efektivitas komunikasi verbal sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih jelas, kaya makna, dan mudah dipahami.



Tak hanya itu, komunikasi nonverbal dapat berfungsi sebagai pengganti kata-kata saat komunikasi verbal tidak memungkinkan atau tidak sesuai. Dalam situasi tertentu, seperti ketika seseorang sedang berada di tempat yang bising atau tidak dapat berbicara, gerakan tangan, ekspresi wajah, dan isyarat tubuh menjadi media utama dalam menyampaikan pesan. Contohnya adalah penggunaan bahasa isyarat oleh tunarungu yang sepenuhnya mengandalkan komunikasi nonverbal untuk berinteraksi. Hal ini menunjukkan betapa komunikasi nonverbal memiliki fungsi yang sangat fleksibel dalam menunjang komunikasi verbal maupun sebagai sarana komunikasi alternatif.

## **2. Fungsi dalam Membangun Hubungan Sosial**

Selain menunjang komunikasi verbal, komunikasi nonverbal juga berperan krusial dalam membangun dan memelihara hubungan sosial antarindividu. Hubungan sosial tidak hanya dibentuk oleh pertukaran informasi verbal, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh interaksi nonverbal yang menciptakan keintiman, kepercayaan, dan rasa saling menghargai. Bahasa tubuh, kontak mata, dan sentuhan lembut merupakan contoh elemen nonverbal yang dapat mempererat hubungan interpersonal. Misalnya, dalam konteks persahabatan atau hubungan romantis, kontak mata yang

intens dan senyuman tulus dapat menumbuhkan perasaan kedekatan dan kehangatan yang sulit dicapai hanya dengan kata-kata (Knapp & Hall, 2010).

Komunikasi nonverbal juga berfungsi sebagai alat untuk menyesuaikan diri dengan norma sosial dan budaya dalam berinteraksi. Melalui isyarat nonverbal, individu menunjukkan sikap hormat, kesopanan, atau ketidaksenangan tanpa harus mengucapkan kata-kata secara eksplisit. Dalam situasi formal, postur tubuh yang tegak dan ekspresi wajah yang serius menandakan sikap profesional dan kesungguhan. Sebaliknya, dalam konteks santai dan akrab, sikap tubuh yang lebih rileks dan tersenyum menunjukkan suasana yang ramah dan hangat. Oleh karena itu, komunikasi nonverbal menjadi sarana penting untuk mengekspresikan identitas sosial dan membangun hubungan yang harmonis di berbagai konteks sosial.

Fungsi lain komunikasi nonverbal dalam membangun hubungan sosial adalah kemampuannya untuk mendeteksi dan merespons perasaan serta kebutuhan orang lain. Melalui pengamatan terhadap isyarat nonverbal seperti ekspresi wajah, gerakan tangan, atau perubahan nada suara, seseorang dapat memahami keadaan emosional lawan bicaranya tanpa perlu bertanya secara langsung. Hal ini memungkinkan terjadinya empati dan respons yang lebih cepat dan tepat,

sehingga hubungan sosial menjadi lebih solid dan saling mendukung. Dengan demikian, komunikasi nonverbal berperan sebagai mekanisme penghubung emosional yang membantu menciptakan ikatan sosial yang kuat dan berkelanjutan.

### **3. Fungsi dalam Menyampaikan Emosi dan Sikap**

Komunikasi nonverbal memiliki fungsi utama dalam menyampaikan emosi dan sikap yang sulit diungkapkan secara verbal. Emosi seperti marah, sedih, bahagia, takut, dan jijik sering kali diungkapkan melalui ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan intonasi suara. Misalnya, seseorang yang merasa marah mungkin menunjukkan wajah yang tegang, alis berkerut, dan nada suara yang meninggi. Ekspresi-ekspresi tersebut memberikan sinyal jelas kepada orang lain mengenai keadaan emosional seseorang tanpa perlu diungkapkan dengan kata-kata (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016).

Selain emosi, sikap seseorang terhadap suatu hal juga dapat disampaikan melalui komunikasi nonverbal. Sikap positif seperti antusiasme dan keterbukaan dapat ditunjukkan melalui gerakan tubuh yang terbuka, kontak mata yang intens, dan senyuman. Sebaliknya, sikap negatif seperti ketidaksetujuan atau ketidaktertarikan sering diungkapkan dengan bahasa tubuh yang tertutup, menghindari kontak

mata, atau ekspresi wajah yang dingin. Dengan demikian, komunikasi nonverbal membantu mengomunikasikan sikap internal seseorang kepada orang lain secara efektif dan langsung.

Fungsi komunikasi nonverbal dalam menyampaikan emosi dan sikap juga berperan dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas. Karena ekspresi nonverbal sering kali lebih jujur dan sulit untuk dimanipulasi, orang cenderung mempercayai sinyal nonverbal daripada kata-kata verbal yang mungkin dibuat-buat. Dalam konteks negosiasi atau interaksi bisnis, misalnya, kemampuan untuk membaca dan menginterpretasikan komunikasi nonverbal dapat memberikan keunggulan strategis dalam memahami niat dan sikap lawan bicara. Oleh karena itu, memahami fungsi komunikasi nonverbal dalam konteks emosi dan sikap sangat penting untuk meningkatkan kualitas interaksi sosial dan komunikasi interpersonal.

Secara keseluruhan, fungsi komunikasi nonverbal tidak hanya terbatas sebagai pelengkap komunikasi verbal, tetapi juga berperan sebagai sarana utama dalam menyampaikan pesan emosional dan sikap, serta sebagai alat penting dalam membangun dan memelihara hubungan sosial yang harmonis dan efektif. Pemahaman mendalam mengenai fungsi-fungsi

ini dapat membantu individu untuk lebih peka dalam berkomunikasi dan meningkatkan kualitas interaksi sosial di berbagai situasi.

### **4.3 Jenis-Jenis Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi nonverbal terdiri dari berbagai jenis isyarat dan simbol yang digunakan untuk menyampaikan pesan tanpa menggunakan kata-kata secara langsung. Setiap jenis komunikasi nonverbal memiliki fungsi dan karakteristik khusus yang memainkan peran penting dalam proses interaksi antarindividu. Pemahaman terhadap jenis-jenis komunikasi nonverbal ini sangat penting untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan menghindari kesalahpahaman. Berikut adalah penjelasan mengenai jenis-jenis komunikasi nonverbal yang paling umum dan signifikan dalam interaksi sosial.

#### **1. Ekspresi Wajah**

Ekspresi wajah merupakan salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang paling universal dan mudah dikenali. Wajah manusia mampu menampilkan berbagai ekspresi yang mencerminkan emosi dasar seperti kebahagiaan, kemarahan, kesedihan, rasa jijik, ketakutan, dan keterkejutan.



Ekspresi ini biasanya terjadi secara spontan dan merupakan cerminan dari kondisi internal individu, sehingga menjadi sumber informasi penting dalam komunikasi interpersonal (Ekman & Friesen, 2003). Ekspresi wajah membantu penerima pesan memahami perasaan pengirim tanpa perlu penjelasan verbal, sehingga memperkaya makna komunikasi.

Selain menyampaikan emosi, ekspresi wajah juga dapat digunakan untuk mengontrol jalannya komunikasi. Misalnya, anggukan kepala yang disertai senyuman menunjukkan persetujuan, sementara alis yang berkerut dan bibir yang mengerucut menandakan ketidaksetujuan atau kebingungan. Karena sifatnya yang kuat dan mudah dikenali, ekspresi wajah



sering kali menjadi indikator kunci dalam menilai kejujuran dan kredibilitas seseorang dalam berkomunikasi.

### **2. Gerak Tubuh (Bahasa Tubuh/Kinesik)**

Gerak tubuh atau kinesik mencakup semua gerakan yang dilakukan oleh tubuh untuk menyampaikan pesan, termasuk gerakan tangan, postur tubuh, sikap duduk atau berdiri, serta gerakan kaki. Bahasa tubuh sering kali menjadi sinyal yang memberikan konteks tambahan terhadap pesan verbal. Misalnya, seseorang yang berbicara dengan tangan terbuka dan postur tubuh yang rileks cenderung menunjukkan keterbukaan dan kepercayaan diri, sementara tubuh yang membungkuk dan tangan yang disilangkan bisa menunjukkan ketidaknyamanan atau pertahanan diri (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016).

Gerak tubuh juga memainkan peran penting dalam mengekspresikan sikap dan emosi yang tidak selalu diungkapkan dengan kata-kata. Dalam interaksi sosial, kemampuan membaca bahasa tubuh dapat membantu seseorang memahami maksud lawan bicara secara lebih mendalam dan merespons dengan tepat. Oleh karena itu, gerak tubuh menjadi alat komunikasi nonverbal yang sangat efektif untuk membangun hubungan interpersonal yang baik.

### **3. Kontak Mata**

Kontak mata merupakan salah satu elemen komunikasi nonverbal yang sangat berpengaruh dalam membangun koneksi antara komunikator dan penerima pesan. Kontak mata dapat menyampaikan berbagai makna seperti perhatian, ketertarikan, kepercayaan, hingga dominasi atau intimidasi. Dalam budaya Barat, kontak mata yang intens biasanya dianggap sebagai tanda keterbukaan dan kejujuran, sedangkan dalam beberapa budaya Asia, kontak mata yang terlalu lama dapat dianggap kurang sopan atau menantang (Guerrero, Andersen, & Afifi, 2017).

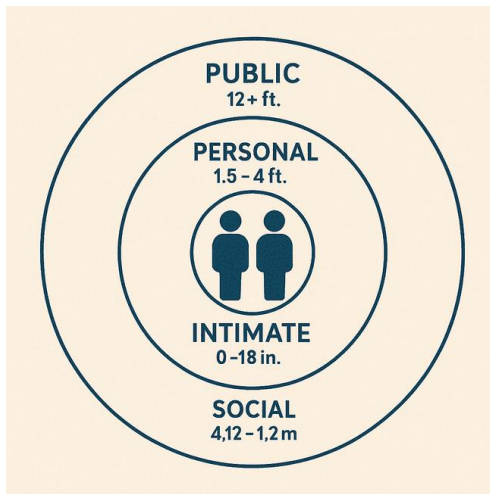
Selain itu, kontak mata juga berfungsi untuk mengatur giliran berbicara dalam percakapan dan menunjukkan keterlibatan dalam komunikasi. Kurangnya kontak mata dapat mengindikasikan ketidakpercayaan, ketidaktertarikan, atau bahkan kebohongan. Oleh karena itu, pengelolaan kontak mata yang tepat sangat penting untuk menciptakan komunikasi yang efektif dan harmonis.

### **4. Jarak dan Ruang (Proksemik)**

Proksemik adalah studi tentang bagaimana manusia menggunakan ruang dan jarak dalam berinteraksi sosial. Jarak

## Psikologi Komunikasi

fisik antara individu selama komunikasi memberikan informasi nonverbal yang signifikan mengenai hubungan sosial, tingkat keintiman, serta norma budaya. Hall (1966) membagi jarak interpersonal menjadi empat kategori utama: jarak intim (0-45 cm), jarak personal (45 cm-1,2 m), jarak sosial (1,2 m-3,6 m), dan jarak publik (lebih dari 3,6 m).



Setiap jarak memiliki fungsi berbeda dalam komunikasi dan menunjukkan tingkat kedekatan antara individu. Misalnya, jarak intim biasanya digunakan oleh pasangan, keluarga, atau teman dekat, sedangkan jarak sosial lebih sering digunakan dalam konteks profesional atau formal. Penggunaan ruang yang tepat dapat menciptakan rasa nyaman dan menghormati privasi, sementara pelanggaran jarak yang tidak sesuai dapat

menimbulkan ketegangan dan ketidaknyamanan. Oleh karena itu, pemahaman tentang proksemik sangat penting untuk mengelola interaksi sosial secara efektif.

## **5. Sentuhan (Haptik)**

Sentuhan adalah salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang paling kuat dan langsung dalam menyampaikan pesan. Melalui sentuhan, seseorang dapat mengekspresikan berbagai emosi seperti kasih sayang, dukungan, penghiburan, atau bahkan ketegasan. Sentuhan dapat berupa jabat tangan, tepukan di punggung, pelukan, atau sentuhan lembut di lengan, yang masing-masing membawa makna tertentu sesuai dengan konteks sosial dan budaya (Burgoon et al., 2016).

Meskipun sentuhan memiliki kekuatan dalam memperkuat hubungan interpersonal, jenis dan intensitas sentuhan harus disesuaikan dengan norma budaya dan situasi sosial agar tidak menimbulkan salah pengertian atau ketidaknyamanan. Dalam konteks profesional, misalnya, jabat tangan merupakan bentuk sentuhan yang umum dan diterima, sementara pelukan biasanya lebih sesuai dalam hubungan pribadi yang dekat.

## **4.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi nonverbal merupakan proses yang kompleks dan dinamis yang sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor tersebut berperan penting dalam menentukan bagaimana pesan nonverbal dikirim, diterima, dan diinterpretasikan dalam konteks komunikasi antarindividu. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini sangat penting agar komunikasi nonverbal dapat berlangsung secara efektif dan menghindari kesalahpahaman. Berikut ini adalah penjelasan mengenai beberapa faktor utama yang memengaruhi komunikasi nonverbal, yaitu budaya, konteks situasional, kepribadian, dan hubungan antarpribadi.

### **1. Budaya**

Budaya merupakan salah satu faktor paling dominan yang mempengaruhi cara seseorang menggunakan dan menafsirkan komunikasi nonverbal. Setiap budaya memiliki norma, nilai, dan aturan tersendiri yang mengatur bagaimana isyarat nonverbal harus digunakan dalam interaksi sosial. Misalnya, dalam budaya Barat, kontak mata langsung selama percakapan dianggap sebagai tanda keterbukaan, kejujuran, dan rasa percaya diri. Namun, di beberapa budaya Asia, kontak mata yang intens justru dianggap kurang sopan dan dapat

diartikan sebagai sikap menantang atau tidak hormat (Guerrero, Andersen, & Afifi, 2017). Perbedaan seperti ini menunjukkan bahwa makna isyarat nonverbal sangat tergantung pada konteks budaya di mana komunikasi berlangsung.



Selain kontak mata, aspek lain seperti jarak interpersonal, sentuhan, dan ekspresi wajah juga berbeda makna menurut budaya. Misalnya, sentuhan yang dianggap wajar dan sebagai tanda kehangatan dalam satu budaya bisa dianggap invasif atau tidak pantas dalam budaya lain. Hal ini menimbulkan tantangan tersendiri dalam komunikasi lintas budaya, di mana kesalahpahaman dapat terjadi akibat interpretasi isyarat nonverbal yang berbeda. Oleh karena itu, penting bagi individu yang berkomunikasi dalam konteks multikultural

untuk memiliki kesadaran budaya yang tinggi dan kemampuan adaptasi terhadap norma-norma nonverbal yang berlaku.

### **2. Konteks Situasional**

Konteks situasional atau situasi di mana komunikasi berlangsung juga memengaruhi komunikasi nonverbal. Konteks ini mencakup tempat, waktu, tujuan komunikasi, serta pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi. Misalnya, dalam situasi formal seperti rapat bisnis atau upacara resmi, gerak tubuh dan ekspresi wajah cenderung lebih terkendali dan sopan. Sebaliknya, dalam situasi santai dan informal seperti berkumpul dengan teman, komunikasi nonverbal biasanya lebih bebas, ekspresif, dan spontan (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016).

Selain itu, tekanan situasional seperti tingkat stres, rasa takut, atau kegembiraan juga memengaruhi bagaimana seseorang mengekspresikan diri secara nonverbal. Dalam keadaan stres, misalnya, bahasa tubuh seseorang mungkin menunjukkan ketegangan, seperti menggigit bibir atau menyilangkan tangan, yang berbeda dengan sikap rileks dalam situasi nyaman. Konteks juga menentukan tingkat keintiman yang diperbolehkan dalam komunikasi nonverbal,

seperti jarak yang diizinkan antara individu atau bentuk sentuhan yang sesuai.

### **3. Kepribadian**

Kepribadian individu memengaruhi gaya dan cara seseorang menggunakan komunikasi nonverbal. Orang yang ekstrover, misalnya, cenderung lebih ekspresif dalam bahasa tubuh, menggunakan kontak mata lebih intens, serta lebih sering tersenyum atau tertawa dalam interaksi sosial. Sebaliknya, individu yang introver biasanya lebih tertutup secara nonverbal, dengan gerak tubuh yang lebih minimal dan kontak mata yang lebih terbatas (Knapp & Hall, 2010). Perbedaan ini dapat memengaruhi bagaimana pesan nonverbal diterima oleh orang lain, serta bagaimana hubungan interpersonal terbentuk.

Tingkat kepercayaan diri dan kenyamanan dalam situasi sosial juga memengaruhi komunikasi nonverbal seseorang. Individu yang percaya diri biasanya menunjukkan postur tubuh tegak, gerakan tangan terbuka, dan ekspresi wajah yang positif. Sebaliknya, individu yang kurang percaya diri cenderung menunjukkan bahasa tubuh yang tertutup dan menghindari kontak mata. Kepribadian juga memengaruhi kemampuan seseorang dalam membaca dan merespons



isyarat nonverbal dari orang lain, yang sangat penting dalam menjaga kelancaran komunikasi.

### **4. Hubungan Antarpribadi**

Hubungan antarpribadi antara komunikator sangat memengaruhi penggunaan dan interpretasi komunikasi nonverbal. Hubungan yang dekat dan akrab memungkinkan penggunaan isyarat nonverbal yang lebih intim, seperti sentuhan lembut, jarak yang lebih dekat, dan ekspresi wajah yang lebih terbuka. Sebaliknya, dalam hubungan yang baru atau formal, komunikasi nonverbal cenderung lebih terbatas dan formal untuk menjaga kesopanan dan batasan sosial (Guerrero et al., 2017).

Hubungan juga memengaruhi bagaimana pesan nonverbal diinterpretasikan. Misalnya, senyuman yang diberikan oleh teman dekat biasanya dianggap hangat dan tulus, sementara senyuman yang sama dari orang yang kurang dikenal bisa diartikan sebagai sikap sopan atau bahkan sindiran. Oleh karena itu, konteks hubungan sangat penting dalam menentukan makna komunikasi nonverbal yang muncul selama interaksi.

## 5. Suara Nonverbal

Selain aspek visual, suara nonverbal atau paralinguistik juga merupakan bagian penting dari komunikasi nonverbal yang dipengaruhi oleh faktor-faktor di atas.



Paralinguistik mencakup intonasi, nada suara, kecepatan bicara, jeda, dan volume suara. Misalnya, dalam budaya tertentu, intonasi yang tinggi pada akhir kalimat digunakan untuk menunjukkan pertanyaan, sementara dalam budaya lain, perubahan intonasi ini memiliki makna yang berbeda. Kepribadian dan situasi emosional juga memengaruhi cara seseorang menggunakan suara nonverbal untuk mengekspresikan perasaan seperti antusiasme, kesedihan, atau kemarahan (Burgoon et al., 2016).

## **4.5 Peran Komunikasi Nonverbal dalam Berbagai Konteks**

Komunikasi nonverbal memegang peranan penting yang berbeda-beda tergantung pada konteks di mana komunikasi tersebut berlangsung. Baik dalam lingkungan kerja, komunikasi antarbudaya, maupun hubungan personal, isyarat nonverbal menjadi sarana utama untuk memperkuat pesan verbal, membangun hubungan, dan menghindari kesalahpahaman.

Peran ini sangat vital mengingat bahwa banyak aspek komunikasi yang tidak tersampaikan secara langsung melalui kata-kata, tetapi lebih melalui bahasa tubuh, ekspresi wajah, nada suara, dan elemen nonverbal lainnya. Berikut adalah uraian mengenai bagaimana komunikasi nonverbal berperan dalam tiga konteks utama: tempat kerja, komunikasi antarbudaya, dan hubungan personal.

### **1. Komunikasi di Tempat Kerja**

Dalam lingkungan kerja, komunikasi nonverbal berperan sebagai alat untuk memperkuat pesan verbal serta membangun suasana kerja yang produktif dan profesional. Banyak studi menunjukkan bahwa sebagian besar pesan dalam komunikasi antarpribadi di tempat kerja disampaikan secara nonverbal, seperti melalui ekspresi wajah, postur tubuh,

kontak mata, serta nada suara (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016). Misalnya, seorang atasan yang memberikan arahan dengan nada suara yang tegas dan postur tubuh yang tegap cenderung lebih efektif dalam menyampaikan otoritas dan membangun rasa hormat dari bawahan.

Komunikasi nonverbal juga penting dalam membaca situasi emosional rekan kerja. Misalnya, bahasa tubuh yang menunjukkan stres atau kelelahan seperti duduk membungkuk atau ekspresi wajah lesu dapat menjadi sinyal bagi manajer untuk memberikan dukungan atau menyesuaikan beban kerja. Di sisi lain, gerak tubuh yang terbuka dan senyuman menunjukkan kesiapan untuk berkolaborasi dan membangun hubungan kerja yang harmonis. Oleh karena itu, penguasaan komunikasi nonverbal sangat diperlukan agar interaksi di tempat kerja berjalan lancar dan efektif.

Komunikasi nonverbal juga membantu dalam proses negosiasi dan presentasi di lingkungan profesional. Misalnya, penggunaan kontak mata yang tepat dan gestur tangan yang meyakinkan dapat meningkatkan kredibilitas pembicara dan memperkuat pesan yang disampaikan. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara pesan verbal dan bahasa tubuh, seperti berkata yakin tetapi ekspresi wajah ragu, dapat menimbulkan

## Psikologi Komunikasi

keraguan dan mengurangi kepercayaan. Dengan demikian, kesadaran dan pengendalian komunikasi nonverbal menjadi aspek penting bagi profesional dalam menunjang karier dan hubungan kerja.

### 2. Komunikasi Antarbudaya

Dalam komunikasi antarbudaya, peran komunikasi nonverbal menjadi sangat krusial karena perbedaan norma, nilai, dan kebiasaan budaya yang dapat menyebabkan kesalahpahaman jika tidak dipahami dengan baik. Setiap budaya memiliki sistem komunikasi nonverbal yang unik, mulai dari kontak mata, jarak interpersonal, hingga cara mengekspresikan emosi (Guerrero, Andersen, & Afifi, 2017). Misalnya, di beberapa budaya Timur, kontak mata yang intens dianggap tidak sopan atau menantang, sementara di budaya Barat, kontak mata merupakan tanda keterbukaan dan kejujuran.



Simbol-simbol nonverbal tertentu bisa memiliki makna yang berbeda di budaya lain. Gestur tangan yang dianggap positif di satu budaya, seperti jempol ke atas, mungkin diartikan negatif di budaya lain. Oleh karena itu, komunikasi antarbudaya menuntut kesadaran tinggi dan sensitivitas terhadap perbedaan nonverbal untuk menghindari konflik atau salah interpretasi. Kemampuan beradaptasi dengan gaya komunikasi nonverbal budaya lain juga merupakan kunci keberhasilan dalam konteks globalisasi dan kerja sama internasional.

Penggunaan suara nonverbal atau paralinguistik juga berbeda-beda di berbagai budaya, seperti intonasi dan volume suara yang dapat menyampaikan sikap berbeda. Dalam beberapa budaya, berbicara dengan nada keras menunjukkan kepercayaan diri, sementara di budaya lain dianggap kasar. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang komunikasi nonverbal antarbudaya sangat penting untuk menjalin hubungan yang harmonis dan produktif lintas budaya.

### **3. Komunikasi dalam Hubungan Personal**

Dalam hubungan personal, komunikasi nonverbal memainkan peran sentral dalam membangun keintiman, kepercayaan, dan pemahaman emosional antara individu. Ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, dan bahasa tubuh menjadi medium utama untuk mengekspresikan kasih sayang, perhatian, dan empati yang sulit diungkapkan secara verbal (Knapp & Hall, 2010). Misalnya, pelukan atau genggaman tangan yang hangat dapat menguatkan ikatan emosional dan memberikan rasa aman bagi pasangan atau anggota keluarga.

Komunikasi nonverbal juga berfungsi sebagai alat untuk menghindari konflik atau menyampaikan ketidakpuasan secara halus. Misalnya, sikap menghindari kontak mata atau bahasa tubuh yang tertutup dapat menunjukkan ketidaksenangan atau kelelahan emosional sebelum hal tersebut diungkapkan secara verbal. Selain itu, kesesuaian antara pesan verbal dan nonverbal dalam hubungan personal sangat penting untuk membangun kepercayaan. Ketidaksesuaian, seperti mengatakan "Aku baik-baik saja" dengan ekspresi wajah sedih, dapat menimbulkan kebingungan dan ketidakpastian.

Lebih jauh, kemampuan membaca komunikasi nonverbal pasangan atau orang terdekat memungkinkan terciptanya

komunikasi yang lebih efektif dan harmonis. Melalui isyarat nonverbal, seseorang dapat mengenali kebutuhan emosional dan respons yang tepat sehingga hubungan menjadi lebih sehat dan saling mendukung. Oleh karena itu, peran komunikasi nonverbal dalam hubungan personal tidak bisa dipandang sebelah mata karena merupakan fondasi utama dalam membangun ikatan yang kuat dan bermakna.

#### **4.6 Hambatan dan Kesalahpahaman dalam Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi nonverbal adalah komponen penting dalam interaksi manusia yang membantu memperjelas dan memperkaya pesan verbal. Namun, komunikasi nonverbal juga rawan terhadap hambatan dan kesalahpahaman yang dapat mengganggu proses komunikasi dan menyebabkan konflik interpersonal. Hambatan ini dapat muncul dari berbagai faktor, seperti perbedaan interpretasi isyarat nonverbal, konflik budaya, serta kondisi psikologis individu yang memengaruhi cara mereka mengirim dan menerima pesan nonverbal. Memahami hambatan-hambatan ini sangat penting untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan mengurangi potensi miskomunikasi.



### **1. Interpretasi yang Berbeda**

Salah satu hambatan utama dalam komunikasi nonverbal adalah adanya perbedaan interpretasi terhadap isyarat yang diberikan. Karena komunikasi nonverbal seringkali bersifat implisit dan tidak terstruktur seperti komunikasi verbal, penerima pesan harus menafsirkan makna dari ekspresi wajah, gerak tubuh, kontak mata, dan elemen nonverbal lainnya berdasarkan pengalamannya sendiri dan konteks situasi (Knapp & Hall, 2010). Perbedaan pengalaman, latar belakang, dan persepsi individu dapat menyebabkan penafsiran yang berbeda terhadap pesan yang sama. Misalnya, senyuman yang ditujukan sebagai tanda keramahan bisa diartikan sebagai sikap sinis atau tidak tulus oleh orang lain.

Ketidakjelasan ini seringkali menimbulkan kebingungan dan salah paham, terutama ketika komunikasi nonverbal tidak sejalan dengan pesan verbal yang disampaikan. Fenomena ini dikenal sebagai disonansi komunikasi, di mana sinyal verbal dan nonverbal memberikan pesan yang bertentangan sehingga penerima pesan kesulitan menentukan mana yang harus dipercaya. Kondisi ini dapat menimbulkan ketidakpercayaan dan keraguan yang merusak hubungan interpersonal. Oleh karena itu, penting bagi komunikator untuk mengelola komunikasi nonverbal dengan cermat agar

pesan yang disampaikan tidak menimbulkan interpretasi yang keliru.

## **2. Konflik Budaya**

Hambatan lain yang sangat signifikan dalam komunikasi nonverbal berasal dari perbedaan budaya. Setiap budaya memiliki norma dan aturan tersendiri mengenai penggunaan dan interpretasi isyarat nonverbal. Hal ini menyebabkan apa yang dianggap sopan atau positif dalam satu budaya bisa dianggap negatif atau tidak pantas dalam budaya lain (Guerrero, Andersen, & Afifi, 2017). Misalnya, dalam budaya Barat, kontak mata langsung dianggap sebagai tanda kejujuran dan keterbukaan, sedangkan di beberapa budaya Asia, kontak mata yang terlalu lama dapat diartikan sebagai bentuk ketidaksopanan atau tantangan.

Perbedaan budaya juga memengaruhi aspek lain seperti jarak interpersonal, gestur tangan, ekspresi wajah, dan cara mengekspresikan emosi. Konflik budaya dalam komunikasi nonverbal dapat menyebabkan kesalahpahaman, ketidaknyamanan, bahkan ketegangan dalam interaksi lintas budaya. Dalam dunia yang semakin global, pemahaman lintas budaya dan sensitivitas terhadap perbedaan nonverbal menjadi sangat penting untuk membangun hubungan yang

harmonis dan efektif. Kegagalan memahami norma budaya nonverbal sering kali menjadi sumber utama konflik dalam komunikasi antarbudaya.

### **3. Faktor Psikologis**

Faktor psikologis individu juga menjadi hambatan dalam komunikasi nonverbal. Kondisi emosional, stres, kecemasan, dan kepribadian dapat mempengaruhi bagaimana seseorang mengekspresikan dan menafsirkan isyarat nonverbal. Misalnya, seseorang yang sedang dalam kondisi stres atau cemas mungkin menunjukkan bahasa tubuh yang tertutup, ekspresi wajah yang tegang, atau menghindari kontak mata, yang dapat diartikan secara negatif oleh orang lain (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016).

Selain itu, gangguan psikologis seperti depresi atau gangguan kepribadian dapat menyebabkan distorsi dalam komunikasi nonverbal, baik dari segi pengiriman maupun penerimaan pesan. Individu dengan kondisi psikologis tertentu mungkin mengalami kesulitan dalam membaca isyarat nonverbal dari orang lain atau mengontrol ekspresi dan gerak tubuhnya sendiri secara tepat. Hal ini berpotensi memperburuk komunikasi dan menyebabkan kesalahpahaman yang berkepanjangan. Oleh karena itu,

kesadaran dan pemahaman tentang pengaruh faktor psikologis sangat penting dalam konteks komunikasi interpersonal.

Secara keseluruhan, hambatan dan kesalahpahaman dalam komunikasi nonverbal merupakan tantangan yang harus diantisipasi dalam setiap proses komunikasi. Dengan memahami faktor-faktor yang menyebabkan hambatan tersebut, individu dapat mengembangkan strategi untuk mengurangi miskomunikasi, meningkatkan sensitivitas terhadap perbedaan, dan memperbaiki kualitas hubungan interpersonal. Pengetahuan ini sangat bermanfaat terutama dalam konteks komunikasi lintas budaya, lingkungan kerja, dan hubungan personal.

#### **4.7 Cara Mengembangkan Kemampuan Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi nonverbal merupakan aspek penting dalam interaksi manusia yang sering kali menentukan keberhasilan penyampaian pesan dan pemahaman antarindividu. Meskipun komunikasi verbal sering mendapat perhatian lebih, kemampuan mengelola dan memahami komunikasi nonverbal tidak kalah penting.

## Psikologi Komunikasi

Oleh karena itu, mengembangkan kemampuan komunikasi nonverbal menjadi hal yang esensial agar seseorang dapat berinteraksi secara efektif, membangun hubungan yang harmonis, dan menghindari kesalahpahaman. Terdapat beberapa cara praktis dan sistematis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi nonverbal, yakni melalui peningkatan kesadaran diri, pengamatan dan pembacaan isyarat nonverbal orang lain, serta latihan dan simulasi.



### 1. Meningkatkan Kesadaran Diri

Langkah pertama dalam mengembangkan kemampuan komunikasi nonverbal adalah meningkatkan kesadaran diri

terhadap cara seseorang mengekspresikan diri secara nonverbal. Kesadaran diri ini mencakup pemahaman atas bahasa tubuh, ekspresi wajah, intonasi suara, dan sikap fisik yang biasanya muncul saat berinteraksi dengan orang lain (Knapp & Hall, 2010). Dengan mengenali pola-pola komunikasi nonverbal yang dimiliki, seseorang dapat mulai mengidentifikasi kebiasaan yang kurang efektif atau bahkan menimbulkan pesan negatif secara tidak sengaja.

Meningkatkan kesadaran diri dapat dilakukan dengan merekam interaksi sosial yang dilakukan, kemudian mengamati dan mengevaluasi ekspresi, gerak tubuh, serta nada suara yang digunakan. Selain itu, meminta umpan balik dari orang terpercaya seperti teman atau kolega juga dapat membantu memperjelas bagaimana komunikasi nonverbal seseorang dipersepsikan oleh orang lain. Kesadaran diri yang tinggi memungkinkan individu untuk mengontrol dan menyesuaikan isyarat nonverbalnya agar pesan yang disampaikan lebih jelas dan sesuai dengan maksud komunikasi.

Kesadaran diri juga membantu dalam mengenali reaksi nonverbal yang muncul dari orang lain, sehingga individu dapat merespons secara tepat dan membangun komunikasi yang lebih efektif. Dengan kata lain, pengembangan

kesadaran diri adalah fondasi utama dalam membangun keterampilan komunikasi nonverbal yang baik.

### **2. Mengamati dan Membaca Isyarat Nonverbal**

Kemampuan untuk mengamati dan membaca isyarat nonverbal dari orang lain merupakan aspek krusial dalam komunikasi interpersonal. Setiap individu mengirimkan berbagai pesan nonverbal yang terkadang lebih jujur dan spontan dibandingkan dengan kata-kata yang diucapkan. Oleh karena itu, menjadi pengamat yang peka terhadap bahasa tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, dan intonasi suara sangat penting untuk memahami maksud dan perasaan lawan bicara secara lebih menyeluruh (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016).

Mengamati isyarat nonverbal dapat dilakukan dengan fokus pada pola-pola tertentu, misalnya perubahan ekspresi wajah yang mendadak, ketidaksesuaian antara kata-kata dan bahasa tubuh, atau penggunaan ruang dan jarak dalam interaksi. Kemampuan ini tidak hanya membantu dalam mengenali emosi yang tersembunyi, tetapi juga dapat mengantisipasi respon dan reaksi yang mungkin timbul dalam komunikasi. Selain itu, membaca isyarat nonverbal juga berguna dalam konteks profesional seperti negosiasi,

presentasi, dan manajemen konflik, dimana memahami sinyal nonverbal lawan bicara dapat memberikan keuntungan strategis.

Untuk mengasah kemampuan ini, individu dapat berlatih dengan mengamati interaksi orang lain dalam situasi nyata atau melalui media seperti video dan film, lalu mencoba menafsirkan makna di balik isyarat nonverbal yang muncul. Latihan pengamatan ini membantu memperkuat kepekaan terhadap komunikasi nonverbal dan memperkaya kemampuan interpretasi yang lebih akurat.

### **3. Latihan dan Simulasi**

Latihan dan simulasi merupakan metode efektif untuk mengembangkan dan memperbaiki kemampuan komunikasi nonverbal. Melalui praktik langsung dalam situasi yang dikontrol, individu dapat mencoba berbagai teknik komunikasi nonverbal dan mendapatkan umpan balik secara real time. Misalnya, simulasi pertemuan bisnis, wawancara kerja, atau situasi sosial dapat menjadi media untuk melatih postur tubuh yang tepat, kontak mata yang efektif, serta ekspresi wajah yang sesuai (Knapp & Hall, 2010).

Dalam latihan ini, perhatian diberikan pada keselarasan antara pesan verbal dan nonverbal agar komunikasi menjadi



konsisten dan meyakinkan. Seringkali, ketidaksesuaian antara kata-kata dan bahasa tubuh menimbulkan keraguan dan mengurangi kredibilitas. Oleh karena itu, simulasi membantu individu mengenali dan memperbaiki ketidaksesuaian tersebut. Selain itu, latihan ini juga dapat melibatkan teknik relaksasi dan kesadaran tubuh yang membantu mengurangi kecanggungan dan meningkatkan kepercayaan diri saat berkomunikasi.

Selain simulasi langsung, penggunaan teknologi seperti video recording dan analisis gerak tubuh juga dapat menjadi alat bantu dalam latihan komunikasi nonverbal. Dengan melihat rekaman sendiri, individu dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan mengasah keterampilan secara sistematis. Latihan yang konsisten dan berkelanjutan akan memperkuat kemampuan komunikasi nonverbal sehingga menjadi alami dan efektif dalam berbagai situasi.

### **4.8 Studi Kasus dan Contoh Komunikasi Nonverbal dalam Kehidupan Sehari-hari**

Komunikasi nonverbal merupakan bagian tak terpisahkan dari interaksi manusia sehari-hari yang kerap kali menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah komunikasi. Melalui studi kasus dan contoh konkret, kita dapat lebih

memahami bagaimana komunikasi nonverbal berfungsi dan mempengaruhi hubungan interpersonal dalam berbagai situasi kehidupan. Berbagai aspek komunikasi nonverbal seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh, kontak mata, sentuhan, serta penggunaan ruang dan waktu dapat diamati dalam konteks nyata yang memperlihatkan pentingnya isyarat nonverbal dalam menyampaikan pesan secara efektif. Berikut beberapa contoh dan studi kasus yang menggambarkan fenomena tersebut.

Salah satu contoh sederhana adalah dalam komunikasi antara dua teman yang sedang bertemu setelah lama tidak berjumpa. Saat mereka saling menyapa, ekspresi wajah yang ceria disertai dengan senyuman lebar dan kontak mata yang hangat menunjukkan kebahagiaan dan kedekatan emosional. Gestur tangan yang terbuka saat berjabat tangan atau pelukan erat menegaskan hubungan persahabatan yang akrab. Isyarat nonverbal ini menguatkan pesan verbal seperti "Aku rindu kamu" atau "Senang bertemu lagi," sehingga makna emosional menjadi lebih terasa dan mendalam. Dalam contoh ini, komunikasi nonverbal berfungsi untuk memperkuat pesan dan mempererat ikatan sosial antarindividu.

Studi kasus lain dapat ditemukan dalam lingkungan profesional, misalnya saat seorang manajer memberikan feedback kepada bawahannya. Jika manajer tersebut

menggunakan bahasa tubuh yang terbuka, kontak mata yang tegas, dan intonasi suara yang tenang namun jelas, maka pesan yang disampaikan cenderung diterima dengan baik dan memotivasi. Sebaliknya, jika manajer menunjukkan ekspresi wajah yang datar atau marah, sambil menghindari kontak mata dan postur tubuh tertutup, maka bawahannya mungkin merasa terintimidasi atau tidak dihargai. Hal ini dapat menurunkan semangat kerja dan menimbulkan ketegangan. Studi kasus ini menegaskan bahwa komunikasi nonverbal sangat menentukan efektivitas pesan dalam konteks kerja dan pengelolaan sumber daya manusia.

Dalam konteks komunikasi lintas budaya, sebuah contoh nyata adalah pertemuan bisnis antara delegasi dari negara-negara berbeda. Dalam pertemuan tersebut, para peserta harus peka terhadap perbedaan norma komunikasi nonverbal yang berlaku di masing-masing budaya. Misalnya, kontak mata yang terlalu intens dalam budaya Barat bisa dianggap agresif bagi budaya Timur, sementara jarak interpersonal yang dekat di satu budaya dapat menimbulkan ketidaknyamanan di budaya lain. Kesalahan dalam membaca atau menggunakan isyarat nonverbal dalam situasi ini dapat menimbulkan kesalahpahaman dan hambatan dalam negosiasi. Oleh karena itu, penguasaan komunikasi nonverbal lintas budaya menjadi

kunci keberhasilan dalam hubungan internasional dan bisnis global.

Contoh lain yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari adalah komunikasi antara pasangan suami istri. Dalam hubungan ini, komunikasi nonverbal memainkan peran vital dalam menyampaikan perasaan cinta, perhatian, dan dukungan. Misalnya, sebuah sentuhan lembut di tangan saat pasangan sedang berbicara dapat menunjukkan empati dan kasih sayang yang sulit diungkapkan dengan kata-kata. Ekspresi wajah yang penuh perhatian dan kontak mata yang hangat memperkuat ikatan emosional serta menciptakan rasa aman dan nyaman. Sebaliknya, bahasa tubuh yang tertutup atau menghindari kontak mata dapat mengindikasikan adanya masalah atau ketegangan dalam hubungan. Dalam konteks ini, komunikasi nonverbal menjadi bahasa emosional yang memperdalam kualitas hubungan interpersonal.

Dalam situasi pelayanan publik, misalnya di rumah sakit atau kantor pelayanan, komunikasi nonverbal juga sangat menentukan persepsi dan kepuasan pelanggan atau pasien. Seorang petugas yang menyapa dengan senyuman ramah, postur tubuh yang terbuka, serta nada suara yang lembut cenderung menciptakan kesan positif dan rasa percaya bagi pelanggan. Sebaliknya, ekspresi wajah yang datar, gestur yang kaku, atau sikap acuh dapat menimbulkan ketidaknyamanan

## **Psikologi Komunikasi**

dan kekecewaan. Oleh karena itu, pelatihan komunikasi nonverbal menjadi bagian penting dalam meningkatkan kualitas layanan dan membangun hubungan baik antara penyedia layanan dan penerima.

Komunikasi nonverbal juga berperan dalam situasi darurat atau krisis. Contohnya, ketika seorang pengemudi melihat petugas lalu lintas memberikan isyarat tangan untuk berhenti, pengemudi tersebut harus cepat membaca dan merespons isyarat nonverbal tersebut demi keselamatan bersama. Dalam kasus lain, bahasa tubuh seorang individu yang menunjukkan ketegangan, kegelisahan, atau ketakutan dapat menjadi tanda peringatan bagi orang di sekitarnya untuk memberikan bantuan atau perhatian khusus. Studi kasus ini menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal tidak hanya berfungsi dalam konteks sosial biasa, tetapi juga dalam situasi yang menuntut respons cepat dan tepat.

Dalam dunia pendidikan, guru dan siswa menggunakan komunikasi nonverbal untuk memperkuat proses pembelajaran. Guru yang menggunakan ekspresi wajah yang antusias, kontak mata yang sering, dan gerak tangan yang mendukung materi pembelajaran cenderung membuat suasana kelas lebih hidup dan siswa lebih termotivasi. Sebaliknya, siswa yang menunjukkan bahasa tubuh tertutup atau menghindari kontak mata dapat mengindikasikan

ketidaktertarikan atau kesulitan memahami materi. Guru yang peka terhadap isyarat nonverbal ini dapat menyesuaikan metode pengajaran untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran.

Contoh-contoh ini menggambarkan bagaimana komunikasi nonverbal hadir dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan sehari-hari, dari interaksi sosial sederhana hingga hubungan profesional dan lintas budaya. Kemampuan untuk mengirim, membaca, dan menyesuaikan komunikasi nonverbal menjadi keterampilan penting yang harus dimiliki setiap individu agar dapat berkomunikasi dengan efektif dan membangun hubungan yang harmonis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., & Floyd, K. (2016). *Nonverbal communication*. Routledge.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (2003). *Unmasking the face: A guide to recognizing emotions from facial clues*. Malor Books.
- Guerrero, L. K., Andersen, P. A., & Afifi, W. A. (2017). *Close encounters: Communication in relationships* (5th ed.). Sage Publications.
- Hall, E. T. (1966). *The hidden dimension*. Anchor Books.
- Knapp, M. L., & Hall, J. A. (2010). *Nonverbal communication in human interaction* (7th ed.). Wadsworth Cengage Learning.

## **BAB 5**

# **KOMUNIKASI INTRAPERSONAL**

### **5.1 Pendahuluan**

Komunikasi intrapersonal dalam psikologi komunikasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, di mana seseorang berinteraksi dengan pikirannya sendiri melalui refleksi, pemrosesan informasi, dan pemberian makna terhadap pengalaman serta lingkungan sekitarnya. Proses ini mencakup berbagai aspek kognitif seperti sensasi, persepsi, memori, dan berpikir, yang memungkinkan individu untuk memahami dirinya sendiri, mengevaluasi situasi, serta mengambil keputusan berdasarkan pemahaman internal. Komunikasi intrapersonal juga berperan penting dalam pembentukan identitas, regulasi emosi, dan pengembangan kesadaran diri, karena individu secara aktif menginterpretasikan pesan yang diterima dan memberikan umpan balik kepada dirinya sendiri dalam suatu proses yang berkelanjutan. Dalam konteks psikologi komunikasi, komunikasi intrapersonal tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme internal untuk berpikir dan merasakan, tetapi juga sebagai dasar bagi interaksi sosial, karena pemahaman diri



## **Psikologi Komunikasi**

yang baik akan mempengaruhi cara seseorang berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi intrapersonal merupakan elemen fundamental dalam dinamika komunikasi manusia, yang berkontribusi terhadap pembentukan pola pikir, sikap, dan perilaku individu dalam berbagai situasi (Rahmania, 2019 & Aprilia, dkk., 2024).

Komunikasi intrapersonal juga memainkan peran signifikan dalam psikologi komunikasi karena merupakan fondasi bagi pemahaman diri, regulasi emosi, dan pengambilan keputusan yang efektif. Dalam proses ini, individu berinteraksi dengan pikirannya sendiri melalui refleksi, pemrosesan informasi, dan pemberian makna terhadap pengalaman serta lingkungan sekitarnya, yang memungkinkan mereka untuk membentuk persepsi, sikap, dan keyakinan yang mempengaruhi cara mereka berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi intrapersonal juga berperan dalam pengelolaan stres, peningkatan kesejahteraan mental, serta pengembangan kreativitas dan pemecahan masalah, karena individu secara aktif mengevaluasi dan menyesuaikan respons mereka terhadap situasi yang dihadapi. Selain itu, komunikasi intrapersonal menjadi dasar bagi komunikasi interpersonal yang lebih efektif, karena pemahaman yang baik terhadap diri sendiri memungkinkan seseorang untuk menyampaikan pesan

dengan lebih jelas, memahami perspektif orang lain, dan membangun hubungan sosial yang lebih sehat. Dalam konteks psikologi komunikasi, komunikasi intrapersonal tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme internal untuk berpikir dan merasakan, tetapi juga sebagai elemen fundamental dalam pembentukan identitas dan interaksi sosial, yang berkontribusi terhadap dinamika komunikasi manusia secara keseluruhan (Insani & Yuliana, 2023).

Komunikasi intrapersonal dan komunikasi interpersonal memiliki perbedaan dalam hal partisipan, proses, dan tujuan. Komunikasi intrapersonal adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, di mana seseorang berinteraksi dengan pikirannya sendiri melalui refleksi, pemrosesan informasi, dan pemberian makna terhadap pengalaman serta lingkungan sekitarnya. Proses ini membantu individu dalam memahami diri sendiri, mengatur emosi, serta mengambil keputusan secara mandiri. Sebaliknya, komunikasi interpersonal melibatkan interaksi antara dua orang atau lebih, di mana pesan disampaikan dan diterima dalam suatu hubungan sosial yang dapat bersifat verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal bertujuan untuk membangun hubungan, berbagi informasi, menyelesaikan masalah, dan menciptakan pemahaman bersama antara individu yang berkomunikasi. Selain itu, komunikasi

interpersonal bersifat dialogis dan memungkinkan adanya umpan balik langsung dari pihak lain, sementara komunikasi intrapersonal bersifat reflektif dan terjadi dalam pikiran individu tanpa keterlibatan orang lain secara langsung. Dengan demikian, komunikasi intrapersonal berperan dalam pengembangan kesadaran diri dan pemikiran kritis, sedangkan komunikasi interpersonal berfungsi sebagai alat utama dalam interaksi sosial dan pembentukan hubungan antarindividu (Izzami, dkk., 2023 & Aswaruddin, dkk., 2025).

### **5.2 Proses Komunikasi Intrapersonal**

Sensasi dan persepsi merupakan dua tahap fundamental dalam komunikasi intrapersonal yang memungkinkan individu untuk menerima, mengolah, dan memberikan makna terhadap informasi dari lingkungan sekitarnya. Sensasi adalah proses awal di mana pancaindra menangkap stimulus dari lingkungan, seperti suara, cahaya, atau sentuhan, yang kemudian dikirim ke otak untuk diproses lebih lanjut. Sensasi ini bersifat fisiologis dan terjadi secara otomatis ketika individu berinteraksi dengan dunia luar. Setelah informasi sensoris diterima, tahap berikutnya adalah persepsi, yaitu proses kognitif di mana individu menginterpretasikan dan memberikan makna terhadap stimulus yang diterima berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan faktor psikologis

146

lainnya. Persepsi tidak hanya bergantung pada data sensoris, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor subjektif seperti emosi, motivasi, dan ekspektasi, sehingga setiap individu dapat memiliki interpretasi yang berbeda terhadap stimulus yang sama. Dalam komunikasi intrapersonal, sensasi dan persepsi berperan penting dalam membentuk pemahaman diri, pengambilan keputusan, serta respons terhadap situasi tertentu, karena individu secara aktif menafsirkan informasi yang diterima dan menggunakannya untuk berkomunikasi dengan dirinya sendiri (Insani & Yuliana, 2023).

Selanjutnya Memori dan proses berpikir merupakan dua aspek fundamental dalam komunikasi intrapersonal yang memungkinkan individu untuk menyimpan, mengolah, dan menggunakan informasi dalam berbagai situasi. Memori berfungsi sebagai sistem penyimpanan informasi yang terdiri dari tiga tahap utama: perekaman, penyimpanan, dan pemanggilan. Perekaman melibatkan penerimaan informasi dari lingkungan, penyimpanan memastikan informasi tetap tersedia untuk digunakan di masa depan, dan pemanggilan memungkinkan individu mengakses kembali informasi tersebut saat diperlukan. Sementara itu, proses berpikir mencakup aktivitas mental seperti analisis, evaluasi, dan pemecahan masalah, yang bergantung pada memori untuk

menyediakan data dan pengalaman yang relevan. Interaksi antara memori dan berpikir sangat penting dalam pengambilan keputusan, refleksi diri, serta pembentukan persepsi dan sikap terhadap dunia sekitar. Ketika seseorang berpikir, mereka menggunakan memori untuk mengingat pengalaman, pengetahuan, serta emosi yang telah dialami, yang kemudian mempengaruhi cara mereka memahami situasi saat ini dan merencanakan tindakan di masa depan. Dengan demikian, memori dan proses berpikir berperan sebagai pilar utama dalam komunikasi intrapersonal, membantu individu dalam memahami diri sendiri, mengelola emosi, dan beradaptasi dengan lingkungan sosial (Palinggi, dkk., 2023).

Aspek penting lainnya dalam proses komunikasi intrapersonal adalah Kognisi dan refleksi diri, yang memungkinkan individu untuk memahami, mengevaluasi, dan mengembangkan pemikiran serta kesadaran diri. Kognisi mencakup proses mental seperti persepsi, memori, pemecahan masalah, dan pengambilan keputusan, yang berperan dalam bagaimana seseorang menginterpretasikan informasi dan membentuk pemahaman terhadap dunia sekitarnya. Sementara itu, refleksi diri adalah proses introspektif di mana individu secara sadar mengevaluasi

pengalaman, nilai, dan keyakinan mereka, yang berkontribusi pada pembentukan identitas dan peningkatan kecerdasan emosional. Dalam komunikasi intrapersonal, kognisi dan refleksi diri bekerja secara sinergis untuk membantu individu mengolah informasi, mengembangkan pemahaman yang lebih dalam tentang diri sendiri, serta menyesuaikan perilaku dan respons terhadap lingkungan sosial. Proses ini tidak hanya berpengaruh pada kesejahteraan psikologis, tetapi juga pada efektivitas komunikasi interpersonal, karena individu yang memiliki kesadaran diri yang baik cenderung lebih mampu berkomunikasi dengan jelas dan membangun hubungan yang lebih sehat (Rapiadi & Kasrah, 2023; Ariati & Irene, 2023).

### **5.3 Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Intrapersonal**

Faktor personal seperti emosi, motivasi, dan kepribadian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap komunikasi intrapersonal karena menentukan bagaimana individu memproses, menafsirkan, dan merespons informasi dalam pikirannya sendiri. Emosi berperan dalam membentuk persepsi dan interpretasi pesan, di mana keadaan emosional seseorang dapat mempengaruhi cara mereka memahami dan merespons situasi; misalnya, seseorang yang sedang marah

mungkin lebih cenderung menafsirkan pesan secara negatif dibandingkan saat mereka merasa tenang. Motivasi mendorong individu untuk berkomunikasi dengan dirinya sendiri dalam upaya mencapai tujuan tertentu, seperti meningkatkan pemahaman diri, mengatasi tantangan, atau mengambil keputusan yang lebih baik. Motivasi yang tinggi dapat meningkatkan refleksi diri dan pemecahan masalah, sementara kurangnya motivasi dapat menghambat proses berpikir yang konstruktif. Kepribadian, yang mencakup aspek seperti introversi dan ekstrovert, juga mempengaruhi komunikasi intrapersonal; individu yang lebih introvert cenderung memiliki dialog internal yang lebih mendalam dan reflektif, sementara individu ekstrovert mungkin lebih mengandalkan interaksi sosial untuk memvalidasi pemikiran mereka. Dengan demikian, kombinasi dari ketiga faktor ini membentuk pola komunikasi intrapersonal yang unik bagi setiap individu, mempengaruhi cara mereka memahami diri sendiri, mengelola emosi, dan beradaptasi dengan lingkungan sosial (Masturi & Utami, 2018; Palinggi, dkk., 2023; Rahmania, 2019 & Aprilia, dkk., 2024).

Faktor situasional seperti lingkungan sosial dan budaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap komunikasi intrapersonal karena membentuk cara individu memproses,

menafsirkan, dan merespons informasi dalam pikirannya sendiri. Lingkungan sosial, termasuk interaksi dengan keluarga, teman, dan komunitas, berperan dalam membentuk pola pikir dan nilai-nilai individu, yang kemudian mempengaruhi bagaimana mereka berbicara kepada diri sendiri dan membuat keputusan. Misalnya, seseorang yang tumbuh dalam lingkungan yang mendukung keterbukaan dan diskusi akan lebih cenderung memiliki komunikasi intrapersonal yang reflektif dan analitis dibandingkan dengan individu yang berasal dari lingkungan yang lebih tertutup. Budaya, sebagai sistem nilai dan norma yang dianut oleh suatu kelompok masyarakat, juga berperan dalam menentukan bagaimana individu memahami dan menginterpretasikan pengalaman mereka. Budaya yang menekankan kolektivitas dapat mendorong individu untuk lebih mempertimbangkan perspektif kelompok dalam komunikasi intrapersonal mereka, sementara budaya yang lebih individualistik cenderung mendorong pemikiran yang lebih mandiri dan introspektif. Dengan demikian, lingkungan sosial dan budaya tidak hanya mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan orang lain, tetapi juga membentuk cara mereka berbicara kepada diri sendiri, mengelola emosi, dan mengambil keputusan dalam kehidupan sehari-hari (Savira, dkk., 2024).



## **Psikologi Komunikasi**

Faktor lainnya adalah Pengalaman dan pembelajaran, yang memiliki pengaruh besar terhadap komunikasi intrapersonal karena membentuk cara individu memproses, menafsirkan, dan merespons informasi dalam pikirannya sendiri. Pengalaman berfungsi sebagai dasar bagi individu dalam memahami situasi dan mengambil keputusan, karena setiap interaksi dan kejadian yang dialami akan membentuk pola pikir serta respons emosional yang digunakan dalam komunikasi dengan diri sendiri. Sementara itu, pembelajaran memungkinkan individu untuk mengembangkan keterampilan berpikir kritis, meningkatkan kesadaran diri, dan memperbaiki cara mereka mengelola emosi serta memecahkan masalah. Proses ini dapat terjadi melalui pendidikan formal, interaksi sosial, maupun refleksi pribadi, yang semuanya berkontribusi pada bagaimana seseorang berbicara kepada dirinya sendiri dan menginterpretasikan dunia di sekitarnya. Dengan demikian, pengalaman dan pembelajaran tidak hanya mempengaruhi persepsi dan pemikiran individu, tetapi juga membentuk pola komunikasi intrapersonal yang lebih matang dan adaptif dalam menghadapi berbagai situasi kehidupan (Saoqilah, 2022).

## **5.4. Teori dan Model Komunikasi Intrapersonal**

Teori psikologi komunikasi terkait intrapersonal berfokus pada bagaimana individu memproses, menginterpretasikan, dan merespons informasi dalam pikirannya sendiri, yang berperan dalam pembentukan persepsi, emosi, dan pengambilan keputusan. Beberapa teori utama dalam komunikasi intrapersonal mencakup Teori Message Design Logic, yang menjelaskan bagaimana individu merancang pesan berdasarkan pola pikir dan tujuan komunikasi mereka; Teori Akomodasi Komunikasi, yang menyoroti bagaimana seseorang menyesuaikan cara berkomunikasi dengan dirinya sendiri berdasarkan pengalaman dan lingkungan sosial; Teori Pengurangan Ketidakpastian (Uncertainty Reduction Theory), yang menggambarkan bagaimana individu menggunakan komunikasi intrapersonal untuk mengurangi ambiguitas dan meningkatkan pemahaman terhadap situasi; serta Teori Pelanggaran Harapan (Expectancy Violations Theory), yang membahas bagaimana individu bereaksi terhadap informasi yang tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Selain itu, teori psikologi komunikasi juga mencakup aspek kognitif seperti Teori Pengolahan Informasi (Information Processing Theory), yang menjelaskan bagaimana individu menyandikan, menyimpan, dan mengambil kembali informasi dalam proses berpikir mereka. Dengan demikian, komunikasi intrapersonal

## **Psikologi Komunikasi**

tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme internal untuk berpikir dan merasakan, tetapi juga sebagai dasar bagi interaksi sosial dan pembentukan identitas individu (Aswaruddin, dkk., 2025; Aisah, dkk., 2023; Rapiadi & Kasrah, 2023; Rahmania, 2019 & Aprilia, dkk., 2024).

Berdasarkan teori di atas, dibentuk model komunikasi intrapersonal. Model komunikasi intrapersonal dalam psikologi menggambarkan bagaimana individu memproses informasi, membentuk makna, dan berinteraksi dengan dirinya sendiri dalam suatu proses komunikasi internal yang berkelanjutan. Salah satu model yang sering digunakan adalah Model Pengolahan Informasi, yang menjelaskan bahwa komunikasi intrapersonal terjadi melalui tahapan sensasi, persepsi, memori, dan berpikir, di mana individu menerima stimulus dari lingkungan, menginterpretasikannya berdasarkan pengalaman dan pengetahuan, menyimpannya dalam memori, lalu menggunakannya untuk berpikir dan mengambil keputusan. Selain itu, Model Self-Talk menekankan bahwa komunikasi intrapersonal melibatkan dialog internal yang berfungsi untuk mengatur emosi, meningkatkan motivasi, dan membentuk persepsi terhadap diri sendiri serta dunia luar. Model Konstruksi Makna juga relevan dalam komunikasi intrapersonal, karena menunjukkan

bahwa individu secara aktif membangun makna berdasarkan pengalaman, nilai, dan keyakinan yang telah terbentuk. Dalam konteks psikologi komunikasi, model-model ini membantu memahami bagaimana individu mengembangkan kesadaran diri, mengelola emosi, serta mempersiapkan diri untuk interaksi sosial yang lebih efektif (Aprilia, dkk., 2024; Ayu & Destiwati, 2022).

Komunikasi intrapersonal memiliki hubungan erat dengan kesadaran diri, karena melalui proses berpikir, refleksi, dan dialog internal, individu dapat memahami dirinya sendiri secara lebih mendalam. Kesadaran diri mencakup pemahaman terhadap emosi, nilai, keyakinan, serta pola pikir yang membentuk cara seseorang berinteraksi dengan dunia sekitarnya. Dalam komunikasi intrapersonal, individu secara aktif mengevaluasi pengalaman, mengolah informasi, dan membentuk persepsi yang mempengaruhi tindakan serta keputusan mereka. Proses ini memungkinkan seseorang untuk mengenali kekuatan dan kelemahan diri, mengembangkan kontrol emosional, serta meningkatkan kemampuan dalam menghadapi tantangan dan perubahan. Selain itu, komunikasi intrapersonal berperan dalam membangun harga diri dan identitas pribadi, karena individu terus-menerus berinteraksi dengan pikirannya sendiri untuk menyesuaikan sikap dan

## **Psikologi Komunikasi**

perilaku mereka dengan nilai-nilai yang diyakini. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi intrapersonal tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme internal untuk berpikir dan merasakan, tetapi juga sebagai alat utama dalam pengembangan kesadaran diri yang lebih reflektif dan adaptif dalam kehidupan sehari-hari (Aisah, dkk., 2023).

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aisah, N., Nasichah, N., Az-Zahra, S., & Alviyanti, D. (2023). Mengetahui Peran Komunikasi Intrapersonal dalam Kesadaran Diri dan Pertumbuhan Pribadi. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2 (1), 147 - 153.
- Aprilia, A. A. T., Wibawa, A., & Suharti, B. (2024). Komunikasi Intrapersonal (Self-Talk) dalam Meningkatkan Kesadaran Dampak Buruk Self - Harm pada Remaja Brokenhome. *Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13 (1), 29 - 43.
- Ariati, Y., & Irene, C. S. (2023). Komunikasi Intrapersonal dan Konsep Diri pada Mahasiswa Rantau Studi Kasus: Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 8 (2), 205 - 214.
- Aswaruddin, A., Simangunsong, A. S., Damanik, S. N., Oktapia, D., & Rafsanjani, A. (2025). Persepsi dalam Komunikasi Interpersonal. *Journal on Education*, 7 (2), 11277 - 11283.
- Ayu, D. I., & Destiwati, R. (2022). Komunikasi Intrapersonal Remaja Putri Berjerawat dalam Meningkatkan Kepercayaan Dirinya. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5 (1), 259 - 267.
- Insani, M. F., & Yuliana, N. (2023). Komunikasi Intrapersonal dalam Proses Penerimaan Diri Mahasiswi Korban Body Shaming. *Jurnal Common*, 7 (2), 176 - 188.
- Izzami, Z. A., Nasichah, N., Cahyaningrum, E. W., Farhanah, K. (2023). Pentingnya Komunikasi Intra Personal dalam

- Menentukan Makna Hidup (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Bimbingan Penyuluhan Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Jurnal Ilmiah dan Karya Mahasiswa*, 1 (4), 1 - 12.
- Palinggi, T. V., Adi, D. S., & Saudah, S. (2023). Proses Komunikasi Intrapersonal dalam Pengambilan Keputusan Siswa - Siswi untuk Mengikuti Pendidikan di Sekolah Alkitab Batu. *Lenvari: Journal of Social Science*, 1 (2), 89 - 105.
- Rahmania, R. (2019). Komunikasi Intrapersonal dalam Komunikasi Islam. *Jurnal Peurawi*, 2 (1), 77 - 90.
- Rapiadi, R., & Kasrah, R. (2023). Pengaruh Komunikasi Intrapersonal terhadap Konsep Diri Pemuda Karang Taruna. *Paedagogy: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Psikologi*, 210 - 217.
- Savira, A., Anindhita, W., & Putri, M. L. (2024). Dampak Penerapan Komunikasi Intrapersonal melalui Media Sosial. *Buana Komunikasi: Jurnal Penelitian dan Studi ilmu Komunikasi*, 5 (1), 45 - 56.
- Saoqilah, A. (2022). Peranan Komunikasi Intrapersonal dalam Proses Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa KPI IUQI. *At Tawasul: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1 (2), 83 - 92.

## **BAB 6**

# **KOMUNIKASI INTERPERSONAL**

### **6.1 Definisi Komunikasi Interpersonal**

Menurut DeVito (2016), komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih, yang bersifat langsung, spontan, dan penuh dengan konteks emosional. Komunikasi ini melibatkan pertukaran tidak hanya informasi, tetapi juga perasaan, nilai, dan sikap.

Definisi lain dikemukakan oleh Adler dan Towne (2003), yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah proses di mana orang berbagi makna, perasaan, dan informasi melalui pesan verbal maupun nonverbal untuk mencapai pemahaman bersama.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal:

- Terjadi antara individu secara langsung.
- Mengandung dimensi emosional dan hubungan.
- Bersifat dinamis dan saling mempengaruhi.



## **6.2 Komponen Dasar Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal terdiri dari beberapa komponen utama, yaitu:

1. Pengirim (sender): Individu yang menginisiasi komunikasi dengan mengirimkan pesan.
2. Pesan (message): Informasi, ide, perasaan, atau pikiran yang dikomunikasikan.
3. Saluran (channel): Medium yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti kata-kata, tulisan, gestur, atau media digital.
4. Penerima (receiver): Individu yang menerima, menafsirkan, dan memberikan respons terhadap pesan.
5. Umpan balik (feedback): Tanggapan penerima yang menunjukkan bagaimana pesan dipahami atau diterima.
6. Konteks (context): Lingkungan atau situasi yang mempengaruhi makna komunikasi, termasuk faktor sosial, budaya, dan psikologis.
7. Gangguan (noise): Segala sesuatu yang dapat mengganggu proses penyampaian atau penerimaan pesan, seperti gangguan fisik (suara bising), psikologis (emosi), atau semantik (perbedaan makna).

### **6.3 Aspek-aspek Komunikasi Interpersonal**

Devito (2011), mengemukakan bahwa agar komunikasi interpersonal dapat berlangsung dengan efektif, maka perlu diperhatikan lima aspek-aspek komunikasi interpersonal, yaitu :

a. Keterbukaan (Openness)

Keterbukaan dapat dipahami sebagai keinginan untuk membuka diri dalam rangka berinteraksi dengan orang lain. Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal, yaitu: pertama, komunikator harus terbuka pada komunikan demikian juga sebaliknya, kedua kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang, serta mengakui perasaan, dan ketiga pemikiran serta mempertanggung jawabkan.

b. Empati (Empathy)

Empati merupakan kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu.

c. Sikap Mendukung (Supportiveness)

Sikap mendukung diperlihatkan dengan bersikap menyampaikan perasaan tanpa menilai. Komunikasi yang

bernada menilai sering kali membuat individu bersikap defensif, bersedia mengubah sikap dan pandangannya yang mungkin keliru serta menghargai pendapat orang lain, berpikiran terbuka serta bersedia mendengar pandangan atau pendapat yang berlawanan. Dukungan meliputi tiga hal yaitu: descriptiveness, spontaneity, dan provisionalism.

d. Sikap positif (Positiveness)

Siapa positif dalam komunikasi interpersonal berarti bahwa kemampuan seseorang dalam memandang dirinya secara positif dan menghargai orang lain. Sikap positif tidak dapat lepas dari upaya mendorong dan menghargai keberadaan serta pentingnya orang lain.

e. Kesetaraan (Equality) Komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasana setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, menerima pihak lain apa adanya dan tidak merasa dirinya lebih tinggi dari pihak lain. Kesamaan dalam suatu komunikasi akan menjadikan suasana komunikasi menjadi akrab, sebab dengan tercapainya kesamaan dari kedua belah pihak akan berinteraksi dengan nyaman. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat lima aspek dari komunikasi interpersonal yaitu keterbukaan (openness),

empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), sikap positif (positiveness), kesetaraan (equality).

## **6.4 Tipe-tipe Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal memiliki berbagai bentuk tergantung pada konteks, tujuan, dan cara penyampaiannya. Memahami tipe-tipe komunikasi ini membantu individu menyesuaikan pendekatan dalam berinteraksi dengan orang lain.

### **1. Komunikasi Verbal dan Nonverbal**

Komunikasi verbal adalah penyampaian pesan menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tulisan. Bahasa yang digunakan dapat membawa makna yang jelas, eksplisit, dan dapat diklarifikasi apabila terjadi kesalahpahaman.

Contoh komunikasi verbal: berbicara dalam percakapan, mengirim pesan teks, menulis surat.

Komunikasi nonverbal meliputi ekspresi wajah, gestur tubuh, kontak mata, nada suara, serta penggunaan ruang dan waktu (proxemics dan chronemics). Komunikasi nonverbal sering kali mengungkapkan perasaan lebih kuat dibandingkan kata-kata.

## **Psikologi Komunikasi**

Contoh komunikasi nonverbal: senyuman sebagai tanda keramahan, menghindari kontak mata sebagai tanda ketidaknyamanan.

Dalam situasi tertentu, komunikasi nonverbal dapat menyumbang hingga 93% dari makna yang diterima oleh lawan bicara.

### **2. Komunikasi Formal dan Informal**

Komunikasi formal berlangsung dalam situasi yang terstruktur, biasanya mengikuti aturan atau protokol tertentu. Contohnya adalah rapat resmi, wawancara kerja, atau pidato di acara formal.

Komunikasi informal terjadi secara spontan dan tanpa struktur resmi. Ini bisa terjadi dalam percakapan santai antara teman, candaan di tempat kerja, atau obrolan keluarga di rumah.

Kedua bentuk komunikasi ini penting. Di tempat kerja, misalnya, komunikasi informal dapat mempererat hubungan sosial, sementara komunikasi formal memastikan kelancaran operasional organisasi.

3. Komunikasi Simetris dan Komplementer

Konsep komunikasi simetris dan komplementer berasal dari teori interaksional yang dikembangkan oleh Watzlawick, Beavin, dan Jackson (1967).

Komunikasi simetris terjadi ketika kedua pihak berinteraksi pada posisi kekuasaan yang setara. Misalnya, diskusi antara dua rekan sejawat.

Komunikasi komplementer terjadi ketika ada perbedaan peran atau kekuasaan yang diakui, seperti antara guru dan murid, atasan dan bawahan, atau orang tua dan anak.

Penting bagi individu untuk memahami dinamika ini agar dapat menyesuaikan perilaku komunikatif mereka dengan situasi yang dihadapi.

## **6.5 Teori-teori Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal tidak hanya sekadar bertukar pesan antarindividu, tetapi juga melibatkan dinamika psikologis, sosial, dan budaya yang kompleks. Beberapa teori utama membantu kita memahami bagaimana komunikasi interpersonal berlangsung, apa yang mempengaruhinya, dan mengapa hasilnya bisa berbeda-beda tergantung konteks.

1. Teori Pertukaran Sosial (Social Exchange Theory)

## **Psikologi Komunikasi**

Inti gagasan:

Teori ini berpendapat bahwa hubungan interpersonal dibangun berdasarkan prinsip keuntungan dan kerugian. Individu berusaha memaksimalkan manfaat (rewards) dan meminimalkan biaya (costs) dalam setiap interaksi.

Aplikasinya:

Seseorang akan mempertahankan hubungan jika merasa bahwa manfaat (seperti dukungan emosional, status sosial) lebih besar daripada biayanya (seperti waktu, energi, konflik).

Contoh:

Seorang karyawan mungkin tetap berada di sebuah tim kerja karena merasa dihargai dan didukung, meskipun harus bekerja lembur sesekali.

### **2. Teori Penetrasi Sosial (Social Penetration Theory)**

Inti gagasan:

Komunikasi interpersonal berkembang melalui proses pengungkapan diri (self-disclosure) yang bertahap dan semakin mendalam. Semakin banyak informasi pribadi yang dibagi, semakin dalam hubungan itu.

Aplikasinya:

Hubungan berkembang dari komunikasi yang dangkal (seperti cuaca atau hobi) ke percakapan yang lebih dalam (seperti nilai pribadi atau pengalaman emosional).

Contoh:

Dalam hubungan persahabatan, awalnya hanya membicarakan film, lalu seiring waktu berbagi cerita tentang keluarga atau masalah pribadi.

### 3. Teori Reduksi Ketidakpastian (Uncertainty Reduction Theory)

Inti gagasan:

Ketika orang pertama kali bertemu, mereka berusaha mengurangi ketidakpastian tentang satu sama lain melalui pertukaran informasi. Semakin berkurang ketidakpastian, semakin nyaman komunikasi berlangsung.

Aplikasinya:

Orang akan mengajukan pertanyaan, mengamati perilaku, atau mencari informasi tentang lawan bicara untuk merasa lebih aman.

Contoh:



## **Psikologi Komunikasi**

Saat bertemu teman baru di acara reuni, seseorang mungkin bertanya: "Kamu kerja di mana sekarang?" untuk memahami latar belakang lawan bicaranya.

### **4. Teori Konstruksi Interpersonal (Constructivism Theory)**

Inti gagasan:

Efektivitas komunikasi interpersonal tergantung pada kemampuan individu untuk membangun makna melalui perspektif orang lain. Semakin kompleks sistem kognitif seseorang, semakin baik mereka dalam menyesuaikan komunikasi terhadap situasi dan lawan bicara.

Aplikasinya:

Komunikator yang memiliki pandangan luas dan mampu melihat berbagai sudut pandang akan lebih efektif dalam berempati dan beradaptasi dalam komunikasi.

Contoh:

Seorang manajer yang memahami perbedaan kepribadian bawahannya akan menggunakan pendekatan motivasi yang berbeda untuk masing-masing individu.

### **5. Teori Keterikatan (Attachment Theory)**

Inti gagasan:

Gaya keterikatan (attachment style) yang terbentuk sejak masa kanak-kanak memengaruhi bagaimana seseorang berinteraksi dalam hubungan dewasa, termasuk dalam komunikasi interpersonal.

Aplikasinya:

Individu dengan gaya keterikatan aman cenderung nyaman dalam membuka diri, sementara individu dengan keterikatan cemas atau menghindar bisa menghadapi tantangan dalam membangun komunikasi yang sehat.

Contoh:

Seseorang dengan keterikatan cemas mungkin terus-menerus mencari kepastian verbal dari pasangannya, sementara seseorang dengan keterikatan menghindar bisa cenderung menutup diri saat terjadi konflik.

## 6. Teori Keterkaitan dan Privasi (Communication Privacy Management Theory)

Inti gagasan:

Individu mengelola batasan informasi pribadi mereka dalam hubungan interpersonal. Mereka membuat keputusan tentang apa yang akan dibagikan atau disembunyikan berdasarkan kontrol atas privasi mereka.

## **Psikologi Komunikasi**

Aplikasinya:

Orang menetapkan “batas” siapa saja yang boleh mengetahui informasi tertentu, dan jika batas ini dilanggar, dapat terjadi konflik.

Contoh:

Seorang teman berbagi rahasia tentang masalah keluarganya, namun merasa marah ketika mengetahui teman lain membocorkannya ke orang ketiga.

### **6.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal tidak terjadi dalam ruang hampa. Banyak faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi antarindividu, baik faktor internal maupun eksternal.

#### **1. Faktor Individu**

- Persepsi: Setiap individu memandang dunia berdasarkan pengalaman, nilai, dan keyakinannya. Perbedaan persepsi ini dapat mempengaruhi bagaimana pesan dikodekan dan diinterpretasikan
- Emosi: Keadaan emosional seseorang, seperti marah,

senang, atau cemas, sangat berpengaruh terhadap cara ia berkomunikasi.

- Kepribadian: Individu yang ekstrovert cenderung lebih terbuka dalam komunikasi, sedangkan individu introvert mungkin lebih berhati-hati dan selektif.

## 2. Faktor Relasional

- Tingkat keakraban: Hubungan yang lebih dekat biasanya mendorong komunikasi yang lebih terbuka dan jujur.
- Tingkat kepercayaan: Kepercayaan merupakan pondasi penting dalam komunikasi interpersonal yang efektif.
- Keseimbangan kekuasaan: Adanya ketimpangan kekuasaan dapat membatasi keterbukaan dalam komunikasi.

## 3. Faktor Kontekstual

- Budaya: Komunikasi sangat dipengaruhi oleh norma budaya, termasuk penggunaan bahasa tubuh, ekspresi emosional, dan gaya komunikasi (Gudykunst, 2018).
- Teknologi: Media digital mempengaruhi cara individu berinteraksi, mengubah kecepatan, kejelasan, dan nuansa komunikasi.
- Lingkungan fisik: Suasana, privasi, dan kenyamanan

ruang komunikasi dapat memperlancar atau menghambat pertukaran pesan.

### **6.7 Gaya Komunikasi Interpersonal**

Setiap individu memiliki kecenderungan tertentu dalam berkomunikasi, yang dikenal sebagai gaya komunikasi. Menurut Wheelless dan Grotz (2019), ada beberapa gaya utama dalam komunikasi interpersonal:

1. **Gaya Asertif**

Gaya asertif ditandai dengan kemampuan menyampaikan pikiran, perasaan, dan kebutuhan secara terbuka dan jujur tanpa merendahkan orang lain. Individu asertif mampu mempertahankan hak-haknya sambil tetap menghormati hak orang lain.

2. **Gaya Agresif**

Gaya ini melibatkan penyampaian pesan dengan cara yang dominan, kadang-kadang merendahkan atau mengabaikan hak orang lain. Komunikasi agresif sering menyebabkan konflik dan resistensi.

3. **Gaya Pasif**

Individu dengan gaya pasif cenderung menghindari konfrontasi, menahan pendapat, dan mengorbankan

kebutuhan sendiri demi menjaga harmoni. Meskipun terkadang dianggap sopan, komunikasi pasif dapat menimbulkan frustrasi dan salah pengertian.

**4. Gaya Pasif-Agresif**

Gaya ini adalah kombinasi antara pasif dan agresif. Individu tampak pasif di permukaan tetapi mengekspresikan kemarahan atau ketidaksetujuan secara tidak langsung, seperti dengan sindiran atau perilaku sarkastik.

## **6.8 Hambatan dalam Komunikasi Interpersonal**

Meskipun komunikasi interpersonal merupakan kebutuhan dasar dalam hubungan manusia, berbagai hambatan sering kali muncul dan mengganggu efektivitas pertukaran pesan. Hambatan-hambatan ini dapat berasal dari faktor internal seperti psikologis, atau eksternal seperti sosial, budaya, bahkan teknologi (McCornack & Ortiz, 2020):

**1. Hambatan Psikologis**

Hambatan psikologis berkaitan dengan kondisi mental dan emosional individu yang mempengaruhi bagaimana pesan dikirim, diterima, dan ditafsirkan.

**a. Perbedaan Persepsi**

Setiap individu memiliki latar belakang, pengalaman, dan kerangka berpikir berbeda, sehingga menafsirkan informasi dengan cara yang unik.

Contoh: Seorang manajer mengatakan "tolong selesaikan laporan ini secepatnya". Bagi karyawan A, "secepatnya" berarti dalam dua jam, sedangkan bagi karyawan B berarti selesai sebelum jam kerja berakhir. Akibatnya, ekspektasi manajer tidak terpenuhi.

b. Prasangka dan Stereotip

Prasangka adalah penilaian negatif sebelum mengenal seseorang, sedangkan stereotip adalah generalisasi tentang kelompok tertentu. Ini dapat membuat seseorang menilai pesan secara tidak objektif.

Contoh: Seorang atasan yang berprasangka bahwa karyawan muda "tidak serius" mungkin mengabaikan ide-ide inovatif yang mereka sampaikan, meskipun ide tersebut berkualitas.

c. Ketidakamanan Diri (Insecurity)

Individu yang merasa tidak percaya diri mungkin enggan menyampaikan pendapat atau bertanya saat tidak memahami informasi.

Contoh: Seorang karyawan baru takut dianggap "tidak kompeten" sehingga tidak meminta klarifikasi atas

tugas yang tidak ia pahami, yang akhirnya menyebabkan kesalahan kerja.

## **2. Hambatan Bahasa**

Bahasa merupakan alat utama komunikasi, sehingga masalah dalam bahasa dapat langsung menghambat penyampaian dan pemahaman pesan.

### **a. Perbedaan Bahasa atau Dialek**

Jika pengirim dan penerima pesan menggunakan bahasa atau dialek yang berbeda, makna pesan bisa hilang atau disalahartikan.

Contoh: Dalam pertemuan multinasional, seorang peserta dari Jepang menggunakan Bahasa Inggris dengan struktur yang berbeda, menyebabkan peserta lain dari Eropa kesulitan memahami maksud sebenarnya.

### **b. Ambiguitas dalam Penggunaan Kata**

Kata-kata yang memiliki makna ganda atau tidak spesifik dapat menimbulkan kebingungan.

Contoh: Saat seorang rekan kerja berkata "kita butuh laporan itu dalam waktu dekat", tanpa menentukan tanggal atau waktu pasti, masing-masing orang bisa mengartikan "waktu dekat" secara berbeda.



### **3. Hambatan Sosial dan Budaya**

Komunikasi tidak bisa dilepaskan dari konteks sosial dan budaya. Perbedaan nilai, norma, dan kebiasaan dapat menjadi penghalang.

#### **a. Norma Budaya yang Berbeda**

Setiap budaya memiliki norma perilaku dalam berkomunikasi, misalnya terkait ekspresi emosi, jarak pribadi, atau cara menyapa.

Contoh: Dalam budaya Jepang, menghindari kontak mata saat berbicara adalah tanda rasa hormat, sementara di budaya Barat, kurangnya kontak mata bisa dianggap tidak jujur atau kurang percaya diri.

#### **b. Ketidakcocokan Nilai dan Kepercayaan**

Ketika individu memiliki nilai atau kepercayaan yang bertentangan, komunikasi bisa menjadi canggung atau bahkan konfrontatif.

Contoh: Seorang pekerja dari budaya kolektivis yang menekankan kerja tim mungkin merasa tidak nyaman dengan rekan dari budaya individualis yang lebih fokus pada pencapaian pribadi.

### **4. Hambatan Teknologi**

Meskipun teknologi mempermudah komunikasi jarak jauh, ia juga memperkenalkan tantangan baru yang menghambat komunikasi efektif.

a. Kurangnya Kejelasan dalam Pesan Tertulis

Tidak adanya elemen non-verbal seperti intonasi suara atau ekspresi wajah membuat pesan tertulis (seperti email atau pesan teks) rentan disalahpahami.

Contoh: Sebuah pesan singkat "Oke." dalam chat proyek bisa dibaca sebagai persetujuan biasa atau bisa juga diartikan sebagai respons dingin atau tidak antusias, tergantung penerimaan pembaca.

b. Kesalahpahaman dalam Komunikasi Digital

Komunikasi digital seringkali menghilangkan nuansa emosi dan konteks sosial, memperbesar kemungkinan salah interpretasi.

Contoh: Dalam diskusi grup via WhatsApp, seseorang mengirimkan komentar yang bermaksud bercanda, tetapi karena tidak ada ekspresi wajah atau nada suara, komentar itu disalahartikan sebagai sindiran.

## **6.9 Meningkatkan Keterampilan Komunikasi Interpersonal**

Mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan kesadaran diri dan latihan.

1. Keterampilan Mendengarkan Aktif

## **Psikologi Komunikasi**

Mendengarkan aktif mencakup perhatian penuh, refleksi, klarifikasi, dan pemberian umpan balik. Ini membangun empati dan kepercayaan.

### **2. Penggunaan Bahasa Tubuh yang Efektif**

Gestur, kontak mata, dan ekspresi wajah yang sesuai dapat memperkuat pesan verbal dan meningkatkan kredibilitas.

### **3. Pengelolaan Emosi**

Mengelola emosi dengan baik membantu menjaga komunikasi tetap efektif, terutama dalam situasi penuh tekanan.

### **4. Adaptasi terhadap Perbedaan Budaya**

Memahami dan menghormati perbedaan budaya meningkatkan efektivitas komunikasi lintas budaya.

(Sumber: Gamble & Gamble, 2020)

## **6.10 Komunikasi sebagai Keterampilan Hidup (Life Skill)**

Kemampuan berkomunikasi secara interpersonal adalah bagian dari keterampilan hidup yang esensial. Individu yang memiliki keterampilan komunikasi yang baik cenderung lebih mampu membangun hubungan yang positif, menyelesaikan konflik secara efektif, serta meningkatkan kualitas hidup pribadi dan profesional.

World Health Organization (WHO) memasukkan komunikasi interpersonal sebagai salah satu dari sepuluh keterampilan hidup utama yang penting untuk dikembangkan guna meningkatkan kesejahteraan psikologis dan sosial individu.

### **6.11 Komunikasi Interpersonal dalam Era Digital**

Perkembangan teknologi digital, seperti media sosial, email, aplikasi pesan instan, dan platform konferensi video, telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berinteraksi. Komunikasi tidak lagi terbatas oleh jarak atau waktu, namun bersamaan dengan manfaat tersebut, muncul pula tantangan baru yang perlu dipahami dan diatasi (Walther, 2017; McLean, 2018).

#### **1. Karakteristik Komunikasi Digital**

Komunikasi interpersonal di era digital memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari komunikasi tatap muka tradisional:

##### **a. Cepat dan Instan**

Pesan dapat dikirim dan diterima hanya dalam hitungan detik, memungkinkan interaksi real-time tanpa harus bertatap muka.

## Psikologi Komunikasi

Contoh: Seorang karyawan dapat mengirim pesan WhatsApp kepada atasannya tentang perubahan jadwal rapat dan langsung mendapatkan respons dalam beberapa menit, tanpa harus mengatur pertemuan fisik.

### b. Tertulis Dominan

Banyak komunikasi di era digital berlangsung dalam bentuk teks, seperti email, chat, atau komentar media sosial, yang mengurangi ekspresi nonverbal seperti nada suara, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah.

Contoh: Sebuah instruksi yang diberikan lewat email bisa terasa lebih "dingin" dibandingkan jika disampaikan langsung dengan senyuman dan intonasi ramah.

### c. Kurangnya Kejelasan Emosi

Karena tidak ada ekspresi wajah atau intonasi suara, pesan teks rentan disalahartikan. Pembaca mungkin menafsirkan pesan berdasarkan mood mereka sendiri, bukan niat pengirim.

Contoh: Ketika seseorang mengirim pesan "kita perlu bicara," penerima bisa panik dan mengira ada masalah serius, padahal pengirim hanya ingin berdiskusi santai.

## 2. Tantangan Komunikasi Interpersonal Digital

Meskipun menawarkan kepraktisan, komunikasi digital membawa beberapa tantangan yang dapat mengganggu efektivitas komunikasi interpersonal:

a. Misinterpretasi Pesan

Tanpa petunjuk nonverbal, pesan sering disalahartikan, menyebabkan kebingungan atau bahkan konflik.

Contoh: Seorang teman menulis "iya, tentu" dalam chat tanpa emotikon atau tanda baca tambahan. Penerima mungkin bingung apakah itu jawaban positif tulus atau sarkasme.

b. Kurangnya Keintiman Emosional

Koneksi emosional yang biasanya terbentuk melalui tatap muka menjadi berkurang dalam komunikasi digital.

Contoh: Rekan kerja yang hanya berkomunikasi melalui email mungkin merasa hubungan kerja mereka formal dan kaku dibandingkan dengan mereka yang sesekali bertemu langsung atau melakukan video call.

c. Meningkatkan Risiko Konflik

Kesalahpahaman yang berulang atau interpretasi negatif terhadap pesan tertulis dapat dengan cepat memicu ketegangan atau perselisihan.

Contoh: Dalam sebuah proyek kelompok, satu anggota mengkritik pekerjaan anggota lain melalui email tanpa menyertakan pujian atau apresiasi. Anggota tersebut merasa diserang dan merespons dengan emosi, memperburuk hubungan kerja.

### 3. Strategi untuk Efektivitas Komunikasi Digital

Agar komunikasi interpersonal tetap efektif dalam dunia digital, perlu diterapkan strategi khusus:

- a. Gunakan Emoji dengan Hati-hati untuk Menambahkan Nuansa Emosional

Emoji dapat membantu menyampaikan emosi yang sulit ditangkap lewat teks, namun penggunaannya harus tetap profesional dan sesuai konteks.

Contoh: Dalam percakapan informal tim, menambahkan emoji senyum (😊) setelah instruksi dapat membuat pesan terasa lebih ramah.

- b. Klarifikasi Makna Pesan Saat Diperlukan

Jangan ragu untuk mengonfirmasi atau memperjelas makna jika ada ketidakpastian terhadap isi pesan.

Contoh: Jika menerima pesan yang ambigu seperti "selesaikan secepatnya," balas dengan, "Apakah Anda menginginkan laporan ini sebelum pukul 17.00 hari ini?"

- c. Bangun Kepercayaan dengan Komunikasi Terbuka dan Konsisten

Menjaga komunikasi yang jujur, sopan, dan rutin akan membantu memperkuat hubungan interpersonal meskipun dilakukan secara digital.

Contoh: Menyapa rekan kerja secara berkala, menginformasikan perkembangan tugas, atau sekadar

mengucapkan selamat pagi di grup kerja online bisa mempererat hubungan meski tanpa interaksi fisik.

## **6.12 Studi Kasus dan Refleksi**

### **Studi Kasus 1**

Seorang manajer proyek mengalami kesulitan berkoordinasi dengan timnya karena sebagian besar komunikasi dilakukan melalui email, yang menyebabkan banyak miskomunikasi. Setelah menyadari pentingnya interaksi tatap muka, manajer tersebut mulai mengadakan pertemuan video mingguan dan menggunakan komunikasi langsung untuk menyelesaikan masalah lebih cepat.

Refleksi: Bagaimana peran komunikasi nonverbal dalam meningkatkan pemahaman dalam tim virtual?

### **Studi Kasus 2**

Seorang mahasiswa pertukaran budaya merasa kesulitan berinteraksi di lingkungan baru karena perbedaan norma komunikasi. Ia kemudian mengikuti pelatihan keterampilan komunikasi lintas budaya, yang membantunya menyesuaikan diri lebih cepat.

Refleksi: Mengapa penting untuk memahami perbedaan budaya dalam komunikasi interpersonal?



## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adler, R. B., Rosenfeld, L. B., & Proctor, R. F. (2018). *Interplay: The process of interpersonal communication* (14th ed.). Oxford University Press.
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1975). Some Explorations in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Interpersonal Communication. *Human Communication Research*, 1(2), 99–112.
- Bowlby, J. (1969). *Attachment and Loss: Vol. 1. Attachment*. New York: Basic Books.
- Delia, J. G. (1977). Constructivism and the Study of Human Communication. *Quarterly Journal of Speech*, 63(1), 66–83.
- DeVito, J. A. (2019). *The Interpersonal Communication Book* (15th ed.). Pearson.
- Gamble, T. K., & Gamble, M. (2020). *Communication Works* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Gudykunst, W. B. (2018). *Bridging differences: Effective intergroup communication* (5th ed.). Sage.
- McCornack, S., & Ortiz, J. (2017). *Choices & connections: An introduction to communication* (3rd ed.). Bedford/St. Martin's.
- McLean, S. (2018). *Business Communication for Success*. University of Minnesota Libraries Publishing.

- Petronio, S. (2002). *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (1959). *The Social Psychology of Groups*. New York: Wiley.
- Walther, J. B. (2017). "Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations". In *The SAGE Handbook of Interpersonal Communication* (4th ed.).



## **BAB 7**

# **KOMUNIKASI MASSA**

### **7.1 Pendahuluan**

Bab ini membahas tentang komunikasi massa dalam buku perkuliahan Psikologi Komunikasi berfungsi untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai proses komunikasi yang terjadi melalui media massa, serta dampaknya terhadap individu dan masyarakat. Komunikasi massa, yang melibatkan penyampaian informasi kepada khalayak luas melalui berbagai platform seperti televisi, radio, surat kabar, media sosial, dan internet, merupakan salah satu bidang penting dalam psikologi komunikasi karena memengaruhi pola pikir, perilaku, dan dinamika sosial.

Komunikasi massa merupakan proses pengiriman pesan yang bersifat satu arah kepada sejumlah besar audiens dengan menggunakan media tertentu. Dalam konteks ini, media massa berperan penting dalam menyampaikan informasi, hiburan, pendidikan, serta opini kepada khalayak yang luas.

Menurut Harold Lasswell, komunikasi massa dapat dianalisis melalui formula klasik: *"Who says what in which channel to whom with what effect."* Rumusan ini menekankan lima elemen dasar dalam komunikasi, yaitu sumber, pesan,

## Psikologi Komunikasi

media, penerima, dan efek. Dalam konteks komunikasi massa, kelima elemen ini menjadi sangat kompleks karena melibatkan audiens yang luas, media yang terorganisir secara sistematis, serta tujuan yang tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif dan bahkan manipulatif.

Dari sudut pandang psikologi, teori *Uses and Gratifications* yang dikemukakan oleh Blumler dan Katz (1974) menyatakan bahwa individu secara aktif memilih media dan isi pesan yang sesuai dengan kebutuhan psikologisnya, seperti kebutuhan akan informasi, hiburan, identitas pribadi, integrasi sosial, dan pelarian dari kenyataan. Teori ini menyoroti peran aktif audiens dalam proses komunikasi massa, berlawanan dengan pandangan sebelumnya yang melihat audiens sebagai penerima pasif.

Sementara itu, Albert Bandura melalui teorinya tentang *Social Learning* (1977) menunjukkan bahwa individu dapat belajar melalui pengamatan terhadap perilaku yang ditampilkan di media. Melalui mekanisme peniruan (*modeling*), media massa menjadi sarana yang sangat kuat dalam menyebarkan norma, nilai, dan pola perilaku tertentu, baik yang bersifat positif maupun negatif.

Teori lain yang relevan adalah *Agenda-Setting Theory* yang dikembangkan oleh Maxwell Mc Combs dan Donald Shaw (1972), yang menyatakan bahwa media tidak selalu

memberi tahu kita apa yang harus kita pikirkan, tetapi sangat efektif dalam menentukan apa yang harus kita pikirkan. Dengan kata lain, media massa memiliki kekuatan untuk membentuk prioritas isu di benak publik melalui intensitas pemberitaan dan penekanan pada aspek-aspek tertentu dari suatu peristiwa.

Dengan menggabungkan perspektif psikologi dan teori komunikasi massa, kita dapat memahami bagaimana media tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga berperan dalam pembentukan kesadaran, persepsi realitas, bahkan pengambilan keputusan individu dan kelompok. Oleh karena itu, studi tentang komunikasi massa dalam konteks psikologi komunikasi tidak hanya penting untuk akademisi dan praktisi komunikasi, tetapi juga bagi masyarakat luas agar dapat bersikap lebih reflektif dan kritis dalam mengonsumsi media.

Dilihat dari segi sejarah Komunikasi Massa, Komunikasi massa telah berkembang pesat sejak penemuan mesin cetak oleh Gutenberg pada abad ke-15. Berikut adalah perkembangan utama komunikasi massa:

- Abad Ke-15 – Penemuan Mesin Cetak: Munculnya mesin cetak Gutenberg mempermudah penyebaran informasi melalui buku dan surat kabar.

## **Psikologi Komunikasi**

- Abad Ke-20 – Radio dan Televisi: Radio dan televisi mulai digunakan untuk penyiaran informasi secara massal pada tahun 1920-an dan 1930-an.
- Era Digital dan Internet: Dengan berkembangnya internet dan media sosial, komunikasi massa kini lebih interaktif dan dapat mencapai audiens global dengan cepat.

### **Jenis-Jenis Media Massa**

- Media Cetak: Surat kabar, majalah, dan buku. Media ini bersifat fisik dan memerlukan distribusi langsung ke konsumen.
- Media Elektronik: Radio, televisi, dan film. Media ini menggunakan sinyal elektronik untuk menyampaikan informasi kepada audiens.
- Media Digital: Website, media sosial, dan platform streaming. Media ini memungkinkan komunikasi dua arah serta penyebaran informasi yang lebih cepat.

### **1. Karakteristik Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki ciri khas yang membedakannya dari bentuk komunikasi lain seperti komunikasi interpersonal atau kelompok. Ciri-ciri ini muncul karena komunikasi massa melibatkan teknologi media dan audiens yang sangat luas, serta proses yang sering kali bersifat

190

satu arah. Berikut ini adalah beberapa karakteristik utama komunikasi massa:

**a. Komunikator Bersifat Lembaga atau Terorganisasi**

Dalam komunikasi massa, pengirim pesan bukan individu biasa, melainkan institusi media seperti surat kabar, stasiun televisi, radio, atau platform digital. Komunikator ini bekerja secara sistematis dengan struktur yang kompleks, melibatkan editor, produser, wartawan, hingga tenaga teknis. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan adalah hasil kerja kolektif yang telah melalui berbagai tahapan penyaringan dan pertimbangan.

**b. Pesan Bersifat Publik dan Seragam**

Pesan dalam komunikasi massa ditujukan untuk khalayak luas dan tidak dapat disesuaikan dengan karakteristik masing-masing individu. Isi pesan biasanya dirancang agar relevan dan menarik bagi sebanyak mungkin orang, sehingga cenderung bersifat umum, tidak personal, dan memiliki gaya penyampaian yang standar.

**c. Khalayak Bersifat Heterogen dan Anonim**

Audiens komunikasi massa terdiri dari individu-individu yang sangat beragam dalam hal usia, latar belakang pendidikan, budaya, nilai, dan kebutuhan. Karena hubungan antara pengirim dan penerima pesan tidak langsung, maka komunikator sering kali tidak mengenal



siapa saja yang menerima pesannya. Khalayak bersifat anonim dan tersebar secara geografis.

### **d. Komunikasi Bersifat Satu Arah**

Berbeda dari komunikasi tatap muka yang memungkinkan umpan balik langsung, komunikasi massa bersifat satu arah. Umpan balik (jika ada) tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui survei, rating, komentar media sosial, atau tanggapan publik dalam jangka waktu tertentu. Hal ini membuat proses komunikasi kurang interaktif dan responsnya lebih lambat.

### **e. Mengandalkan Teknologi**

Komunikasi massa tidak mungkin terjadi tanpa bantuan teknologi. Teknologi menjadi media atau saluran utama untuk menyampaikan pesan, baik melalui media cetak, elektronik, maupun digital. Setiap perkembangan teknologi komunikasi membawa perubahan dalam cara pesan diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh masyarakat.

### **f. Potensi Dampak yang Luas dan Mendalam**

Karena menjangkau banyak orang secara simultan, komunikasi massa memiliki potensi besar untuk memengaruhi opini publik, membentuk perilaku sosial, serta memunculkan perubahan sikap atau nilai dalam masyarakat. Efek ini bisa bersifat langsung (misalnya

dalam iklan), maupun jangka panjang (seperti dalam pembentukan norma budaya).

## **7.2 Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang melibatkan penggunaan teknologi untuk mengirimkan pesan kepada audiens yang luas dan tersebar di berbagai tempat. Komunikasi massa menggunakan media seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, internet, dan media sosial.

### **Definisi dan Karakteristik Komunikasi Massa:**

- **Pesan yang Terstandarisasi:** Komunikasi massa seringkali mengirimkan pesan yang dibuat dengan tujuan untuk menjangkau audiens yang besar dan heterogen.
- **Sifat Satu Arah:** Sebagian besar komunikasi massa bersifat satu arah (from sender to receiver), meskipun ada juga feedback dari audiens, terutama di era digital.
- **Sifat Terpublikasi:** Komunikasi massa umumnya terbuka dan dapat diakses oleh publik secara luas.
- **Media yang Digunakan:** Komunikasi massa bergantung pada media seperti radio, televisi, internet, dan cetak.

Komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi, ide, dan pesan dari sumber yang terbatas (seperti

## Psikologi Komunikasi

individu atau organisasi) kepada khalayak yang luas, menggunakan media komunikasi yang memungkinkan jangkauan massa, seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet. Bab ini mengkaji teori-teori dasar mengenai komunikasi massa, seperti The Hypodermic Needle Theory (Teori Jarum Hipodermik) yang menganggap media sebagai agen yang dapat menyuntikkan pesan langsung ke audiens tanpa adanya resistensi.

Menurut Bittner *"mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people"* (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasi melalui media massa pada sejumlah orang). Komunikasi massa adalah komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik. Menurut Gerbner *"Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies"* (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri).

Gerbner (1967) menambahkan bahwa komunikasi massa merupakan produksi dan distribusi pesan yang berlandaskan

teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkesinambungan dan luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Ruben (1992) menyebutnya sebagai proses di mana informasi diciptakan dan disebarkan oleh organisasi untuk dikonsumsi oleh khalayak.

Definisi-definisi ini menunjukkan bahwa komunikasi massa melibatkan proses penyampaian pesan dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis. Pesan yang disampaikan bersifat terbuka dan dapat diterima secara serentak oleh khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonym.

Dari pengertian di atas maka definisi komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak serentak dan sesaat.

### **Fungsi Komunikasi Massa**

- Informasi: Memberikan berita terkini, fakta, dan data yang relevan bagi masyarakat.
- Pendidikan: Menyediakan pembelajaran, kursus, dan tutorial yang mendidik audiens.
- Hiburan: Menyajikan konten yang menghibur audiens, seperti film, musik, dan acara televisi.

## Psikologi Komunikasi

- Sosialisasi: Membantu individu memahami norma sosial, budaya, dan nilai-nilai dalam masyarakat.
- Opini Publik: Membentuk opini masyarakat melalui pemberitaan, kolom opini, dan diskusi publik.
- Robert K. Merton membedakan fungsi komunikasi massa menjadi dua:
  - **Fungsi nyata (manifest function):** Tujuan yang diinginkan dan direncanakan, seperti menyampaikan informasi atau hiburan.
  - **Fungsi tidak nyata (latent function):** Dampak yang tidak diinginkan atau tidak direncanakan, seperti penyebaran stereotip atau pengaruh negatif terhadap perilaku.

Dengan demikian, komunikasi massa tidak hanya berperan dalam menyampaikan informasi, tetapi juga memiliki dampak sosial dan psikologis yang perlu dipertimbangkan dalam proses komunikasinya.

### 7.3 Teori-teori Komunikasi Massa

Dalam kajian psikologi komunikasi, komunikasi massa dipahami tidak hanya sebagai proses teknis penyampaian pesan melalui media, tetapi juga sebagai fenomena psikologis dan sosial yang kompleks. Media massa memiliki kekuatan

besar dalam membentuk persepsi, membangun realitas sosial, serta memengaruhi sikap dan perilaku individu maupun kelompok. Oleh karena itu, pemahaman terhadap teori-teori komunikasi massa menjadi sangat penting untuk mengkaji bagaimana pesan diproduksi, disebarluaskan, diterima, dan direspons oleh khalayak.

Teori-teori komunikasi massa lahir dari berbagai pendekatan, mulai dari teori yang menekankan pada efek langsung media terhadap individu (seperti *hypodermic needle theory*), hingga teori yang lebih kompleks yang mempertimbangkan interaksi antara media, audiens, dan lingkungan sosialnya (seperti *uses and gratifications theory* dan *cultivation theory*). Dalam psikologi komunikasi, teori-teori ini menjadi alat analisis yang penting untuk memahami dinamika psikologis yang terjadi dalam proses komunikasi melalui media massa.

Bab ini akan menguraikan berbagai teori komunikasi massa, menjelaskan latar belakang kemunculannya, asumsi dasar, serta relevansi praktisnya dalam konteks kehidupan sosial modern yang dipenuhi oleh arus informasi dan simbol-simbol media. Pemahaman terhadap teori-teori ini akan memberikan fondasi yang kokoh bagi mahasiswa dan praktisi komunikasi untuk mengkritisi peran media dalam masyarakat

serta mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dan etis.

Dalam bab ini, berbagai teori komunikasi massa diperkenalkan untuk menjelaskan bagaimana media memengaruhi persepsi dan perilaku audiens. Beberapa teori yang sering dibahas antara lain:

### 1. Teori Peluru (**Hypodermic Needle Theory / Magic Bullet Theory**)

- **Asumsi dasar:** Media memiliki kekuatan besar dan langsung memengaruhi audiens seperti "menyuntikkan" pesan ke dalam pikiran mereka.
- **Karakteristik:** Khalayak dianggap pasif dan homogen.
- **Relevansi:** Digunakan untuk menjelaskan propaganda pada masa Perang Dunia I & II. Kini dikritik karena mengabaikan peran aktif audiens.

### 2. Teori Dua Tahap (**Two-Step Flow Theory**)

- **Dikembangkan oleh:** Paul Lazarsfeld
- **Konsep utama:** Informasi dari media tidak langsung ke masyarakat luas, tetapi melalui "opinion leaders" yang kemudian memengaruhi orang lain.
- **Relevansi:** Menunjukkan pentingnya peran interpersonal dan pengaruh sosial dalam komunikasi massa.

### 3. Teori Penggunaan dan Kepuasan (Uses and Gratifications Theory)

- **Asumsi dasar:** Khalayak aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan psikologis tertentu (hiburan, informasi, identitas pribadi, interaksi sosial).
- **Fokus utama:** Mengapa dan bagaimana orang menggunakan media.
- **Relevansi:** Relevan untuk menganalisis perilaku pengguna media sosial dan internet saat ini.

### 4. Teori Agenda Setting

- **Dikembangkan oleh:** Maxwell McCombs dan Donald Shaw
- **Premis utama:** Media tidak menentukan *apa* yang harus dipikirkan, tetapi *apa yang penting untuk dipikirkan*.
- **Contoh:** Media massa menentukan isu yang dianggap penting oleh publik.
- **Relevansi:** Sering digunakan dalam studi komunikasi politik dan pemberitaan media.

### 5. Teori Kultivasi (Cultivation Theory)

- **Dikembangkan oleh:** George Gerbner



## Psikologi Komunikasi

- **Konsep inti:** Paparan jangka panjang terhadap media (terutama televisi) membentuk persepsi realitas sosial khalayak.
- **Contoh:** Orang yang sering menonton kekerasan di TV cenderung melihat dunia sebagai tempat yang berbahaya (mean world syndrome).
- **Relevansi:** Digunakan untuk mengkaji dampak media terhadap persepsi sosial.

### 6. Teori Spiral Keheningan (Spiral of Silence Theory)

- **Dikembangkan oleh:** Elisabeth Noelle-Neumann
- **Asumsi:** Orang cenderung diam jika pandangannya berbeda dari opini mayoritas karena takut dikucilkan.
- **Media:** Berperan besar dalam membentuk persepsi tentang apa yang menjadi opini dominan.
- **Relevansi:** Penting dalam memahami polarisasi opini publik di media sosial

### 7. Teori Dependensi Sistem Media (Media System Dependency Theory)

- **Dikembangkan oleh:** Sandra Ball-Rokeach & Melvin DeFleur
- **Inti teori:** Ketergantungan individu pada media meningkat jika terjadi krisis atau ketidakpastian.

- **Kaitannya:** Hubungan antara audiens, media, dan sistem sosial.
- **Relevansi:** Digunakan untuk menganalisis perilaku publik selama bencana atau pandemi

## **7.4 Media dan Pengaruhnya terhadap Psikologi Individu**

Perkembangan teknologi komunikasi telah menjadikan media massa sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia modern. Televisi, radio, surat kabar, internet, hingga media sosial kini menjadi sumber utama informasi, hiburan, dan bahkan pembentukan identitas. Namun, media tidak hanya berperan sebagai saluran informasi. Dalam perspektif psikologi komunikasi, media merupakan agen yang berpengaruh kuat terhadap cara individu berpikir, merasa, dan bertindak.

Media massa dapat membentuk persepsi realitas seseorang, menstimulasi emosi, serta memengaruhi pengambilan keputusan dan perilaku sosial. Proses ini terjadi baik secara sadar maupun tidak sadar, dan sering kali dipengaruhi oleh intensitas paparan, jenis media yang dikonsumsi, serta konteks psikologis dan sosial individu. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana media

## **Psikologi Komunikasi**

memengaruhi psikologi individu, agar kita tidak menjadi konsumen pasif tetapi mampu merespons secara kritis terhadap isi media.

Bab ini akan menguraikan berbagai pengaruh media terhadap aspek kognitif, afektif, dan perilaku individu. Dengan pendekatan psikologi komunikasi, kita dapat melihat bagaimana pesan-pesan media membentuk pola pikir dan emosi seseorang, serta bagaimana media dapat menjadi kekuatan yang membentuk budaya dan perilaku dalam masyarakat modern

Media dapat membentuk identitas pribadi, mempengaruhi kebiasaan, serta memperkenalkan nilai-nilai budaya dan sosial. Misalnya, tayangan iklan atau program televisi dapat memengaruhi pola konsumsi, sikap terhadap body image, dan perilaku sosial tertentu.

Media massa memainkan peran penting dalam membentuk persepsi, sikap, dan perilaku individu. Melalui berbagai saluran seperti televisi, radio, internet, dan media sosial, pesan-pesan dari media dapat memengaruhi aspek kognitif, afektif, dan perilaku seseorang.

### **1. Efek Kognitif**

Media massa dapat membentuk dan mengubah cara individu mengorganisasi citra mereka tentang lingkungan sosial. Misalnya, media dapat membentuk stereotip tentang

202

kelompok tertentu atau membentuk pandangan dunia melalui seleksi dan penonjolan isu tertentu, suatu fenomena yang dikenal dengan istilah *agenda setting*.

Efek kognitif mengacu pada pengaruh media terhadap cara individu menerima, memproses, dan menginterpretasikan informasi. Media massa berperan penting dalam membentuk cara pandang atau persepsi seseorang terhadap realitas sosial. Melalui proses seleksi, penekanan, dan pengulangan pesan, media dapat memengaruhi apa yang dianggap penting oleh individu. Hal ini dikenal sebagai **agenda setting**, yaitu kemampuan media dalam menentukan isu-isu yang harus diperhatikan publik.

Selain itu, media juga dapat menciptakan stereotip, membentuk opini publik, dan bahkan memengaruhi memori serta pengetahuan yang dimiliki seseorang. Misalnya, paparan berulang terhadap konten kriminal di televisi dapat membuat seseorang mempersepsikan bahwa dunia nyata lebih berbahaya dari yang sebenarnya, sebagaimana dijelaskan dalam teori **cultivation** oleh George Gerbner.

## **2. Efek Afektif**

Paparan terhadap media massa dapat memengaruhi emosi dan perasaan individu. Berita atau tayangan dengan muatan negatif dapat menimbulkan rasa takut atau cemas,

sementara konten yang menginspirasi dapat membangkitkan semangat dan motivasi. Faktor-faktor seperti suasana emosional, skema kognitif, dan identifikasi dengan tokoh dalam media dapat mempengaruhi intensitas respons emosional terhadap pesan media .

Efek afektif berkaitan dengan perasaan, emosi, dan suasana hati individu sebagai respons terhadap pesan media. Media dapat memicu berbagai respons emosional, baik positif maupun negatif. Tayangan yang mengandung kekerasan, berita duka, atau peristiwa bencana dapat memicu rasa takut, cemas, bahkan trauma. Sebaliknya, konten yang menyentuh atau inspiratif dapat menimbulkan perasaan haru, empati, atau motivasi.

Respons afektif ini sangat dipengaruhi oleh faktor internal individu, seperti nilai, pengalaman pribadi, dan tingkat identifikasi terhadap tokoh dalam media. Misalnya, seseorang mungkin merasa sangat terpengaruh oleh kisah inspiratif dalam sebuah film karena memiliki pengalaman serupa.

### **3. Efek Perilaku**

Media massa juga dapat memengaruhi perilaku individu. Paparan terhadap perilaku tertentu dalam media, seperti kekerasan atau perilaku prososial, dapat mendorong individu untuk meniru atau menghindari perilaku tersebut. Teori

pembelajaran sosial Albert Bandura menjelaskan bagaimana individu dapat belajar melalui observasi dan imitasi terhadap model yang ada dalam media .

Dengan demikian, media massa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap psikologi individu. Penting bagi individu untuk memiliki kesadaran kritis dalam mengonsumsi media agar dapat meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan manfaat yang dapat diperoleh.

Efek perilaku mengacu pada perubahan tindakan atau kecenderungan bertindak sebagai hasil dari paparan media. Salah satu pendekatan yang banyak digunakan untuk menjelaskan efek ini adalah **teori pembelajaran sosial** (social learning theory) dari Albert Bandura. Ia menekankan bahwa individu dapat mempelajari perilaku baru melalui proses observasi dan imitasi terhadap model yang ditampilkan dalam media.

Media juga dapat memengaruhi keputusan konsumen, pola komunikasi interpersonal, serta keterlibatan sosial. Misalnya, iklan yang efektif dapat mendorong seseorang membeli produk tertentu, atau konten media sosial dapat memotivasi seseorang mengikuti tren tertentu, seperti gaya hidup, cara berpakaian, atau aktivitas daring.

Dalam konteks negatif, paparan terhadap perilaku menyimpang dalam media, seperti kekerasan atau pornografi,

juga dapat menimbulkan efek desensitisasi dan peningkatan agresivitas jika tidak disikapi secara kritis.

Secara keseluruhan, efek media terhadap psikologi individu tidak bisa diremehkan. Pengaruh ini tidak bersifat seragam, karena sangat tergantung pada intensitas paparan, konteks sosial-budaya, dan karakteristik psikologis setiap individu. Maka, kesadaran kritis dalam mengakses media menjadi penting agar dampak negatif dapat diminimalisasi dan manfaat positifnya dapat dimaksimalkan.

### **Kesimpulan**

Media massa memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk dan memengaruhi aspek psikologis individu, baik secara sadar maupun tidak sadar. Melalui proses komunikasi massa yang terus-menerus, media mampu memengaruhi cara seseorang berpikir (efek kognitif), merasakan (efek afektif), dan bertindak (efek perilaku).

Efek kognitif terlihat dalam bagaimana media membentuk persepsi dan pengetahuan tentang dunia, sering kali dengan menonjolkan isu-isu tertentu yang kemudian menjadi fokus perhatian publik. Efek afektif mencakup respons emosional yang muncul akibat konten media, yang dapat beragam tergantung pada konteks pribadi dan sosial individu. Sementara itu, efek perilaku mencerminkan perubahan nyata

dalam tindakan, kebiasaan, atau gaya hidup yang diilhami atau dipengaruhi oleh model perilaku dalam media.

Namun, penting untuk disadari bahwa pengaruh media tidak terjadi dalam ruang hampa. Respons individu terhadap media sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial, nilai-nilai pribadi, tingkat pendidikan, serta pengalaman hidup mereka. Oleh karena itu, penguatan kesadaran kritis, literasi media, dan kemampuan refleksi menjadi kunci agar individu tidak menjadi korban pengaruh negatif media, melainkan menjadi pengguna media yang aktif, selektif, dan bertanggung jawab.

## **7.5 Komunikasi Massa dalam Konteks Sosial dan Budaya**

Media massa tidak hanya berfungsi untuk mentransmisikan informasi, tetapi juga membentuk struktur sosial dan budaya. Bab ini membahas bagaimana media membentuk pandangan masyarakat mengenai isu-isu tertentu, seperti politik, gender, dan ras. Pengaruh media massa juga terlihat dalam bagaimana kelompok tertentu, seperti kelompok minoritas atau masyarakat marjinal, digambarkan dalam media.

Komunikasi massa tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai agen pembentuk dan pengubah



struktur sosial serta budaya masyarakat. Melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet pesan-pesan disebarkan secara luas, memengaruhi cara individu dan kelompok berpikir, merasa, dan bertindak dalam konteks sosial dan budaya mereka.

### **1. Pembentukan dan Penyebaran Nilai Budaya**

Media massa memainkan peran penting dalam membentuk dan menyebarkan nilai-nilai budaya dalam masyarakat. Melalui representasi yang diberikan, media dapat memperkenalkan budaya baru, mengubah persepsi tentang budaya tertentu, atau mempengaruhi penilaian tentang nilai-nilai budaya yang ada.

### **2. Pengaruh terhadap Identitas Sosial dan Budaya**

Media massa dapat memengaruhi identitas sosial dan budaya individu dengan menyediakan representasi diri dan kelompok tertentu. Representasi ini dapat memperkuat atau menantang stereotip, serta memengaruhi cara individu memahami diri mereka dan kelompok lain dalam masyarakat.

### **3. Perubahan Sosial dan Budaya**

Media massa dapat menjadi agen perubahan sosial dan budaya dengan memperkenalkan ide-ide baru, mempromosikan nilai-nilai tertentu, dan memengaruhi perilaku masyarakat. Misalnya, media dapat memengaruhi

perubahan dalam norma sosial, seperti penerimaan terhadap kesetaraan gender, keragaman budaya, dan perlindungan lingkungan.

#### **4. Globalisasi dan Konvergensi Media**

Perkembangan teknologi komunikasi telah mempercepat globalisasi dan konvergensi media, mengakibatkan penyebaran budaya dari satu tempat ke tempat lain dengan cepat. Hal ini memperkaya keragaman budaya namun juga menimbulkan tantangan dalam melestarikan identitas budaya lokal.

#### **5. Pengaruh terhadap Gaya Hidup dan Konsumerisme**

Media massa memengaruhi gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat dengan mempromosikan produk, tren, dan gaya hidup tertentu. Hal ini dapat memengaruhi keputusan dan preferensi masyarakat, serta mendorong pola hidup konsumtif yang dapat memengaruhi nilai-nilai dan norma-norma sosial.

### **Kesimpulan**

Komunikasi massa memiliki peran yang signifikan dalam membentuk, memengaruhi, dan memperkaya budaya serta struktur sosial masyarakat. Melalui media massa, nilai-nilai budaya disebarkan, identitas sosial dibentuk, dan perubahan sosial dan budaya dapat terjadi. Namun, pengaruh ini juga membawa tantangan, terutama dalam menjaga

keseimbangan antara adopsi budaya global dan pelestarian budaya lokal. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memiliki kesadaran kritis dalam mengonsumsi media massa agar dampak positifnya dapat dimaksimalkan dan dampak negatifnya dapat diminimalkan.

### **7.6 Dinamika Audiens dalam Komunikasi Massa**

Bagian ini menjelaskan bahwa audiens dalam komunikasi massa bukanlah penerima pasif, melainkan aktif dalam memproses, menafsirkan, dan merespons pesan media. Konsep Uses and Gratifications (Penggunaan dan Kepuasan) menjelaskan bahwa individu memilih media berdasarkan kebutuhan pribadi mereka, seperti hiburan, informasi, atau pengaruh sosial.

#### **Dinamika Audiens dalam Komunikasi Massa: Perspektif Psikologi Komunikasi**

##### **1. Pengantar**

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan kepada khalayak luas melalui media seperti televisi, radio, internet, dan surat kabar. Dalam proses ini, **audiens** bukan sekadar penerima pasif, tetapi memiliki karakteristik psikologis yang memengaruhi bagaimana mereka menerima, memaknai, dan merespons pesan.

Psikologi komunikasi mempelajari aspek-aspek mental dan emosional yang terlibat dalam interaksi komunikasi, termasuk persepsi, motivasi, sikap, dan proses kognitif audiens.

## **2. Karakteristik Psikologis Audiens**

- **Heterogenitas**

Audiens komunikasi massa sangat beragam dari segi usia, pendidikan, budaya, pengalaman hidup, dan nilai-nilai pribadi. Psikologi komunikasi menunjukkan bahwa tiap individu akan menafsirkan pesan berdasarkan skema mentalnya masing-masing.

- **Persepsi Selektif**

Audiens cenderung hanya menerima informasi yang sesuai dengan keyakinan atau nilai yang mereka anut. Hal ini dikenal sebagai *selective perception*, yang merupakan bagian dari mekanisme psikologis untuk mempertahankan kestabilan kognitif (*cognitive consistency*).

- **Atensi Terbatas**

Dalam era informasi yang berlimpah, perhatian audiens menjadi sumber daya langka. Teori psikologi seperti *limited capacity model* menyatakan bahwa perhatian dan pemrosesan informasi memiliki batas, sehingga pesan yang menarik secara emosional atau

visual lebih mudah diterima.

- **Pengaruh Emosi**

Emosi memainkan peran penting dalam cara audiens memproses pesan. Pesan yang memicu emosi kuat, seperti ketakutan, harapan, atau kemarahan, cenderung lebih berpengaruh dalam membentuk sikap dan perilaku audiens.

### 3. Proses Psikologis dalam Penerimaan Pesan

- **Pemrosesan Kognitif**

Menurut *elaboration likelihood model (ELM)*, audiens dapat memproses pesan melalui dua jalur:

- *Central route*: ketika mereka memproses informasi secara mendalam.
- *Peripheral route*: ketika keputusan atau sikap dibentuk oleh isyarat dangkal seperti daya tarik pembicara atau emosi sesaat.

- **Pembentukan Sikap dan Opini Publik**

Psikologi sosial menyoroti bagaimana media massa memengaruhi pembentukan sikap melalui mekanisme persuasi, priming, dan framing. Misalnya, cara media membingkai suatu isu dapat memengaruhi cara audiens menilainya.

- **Efek Jangka Pendek dan Jangka Panjang**

Efek komunikasi massa bisa bersifat langsung (misalnya, perubahan opini setelah menonton berita) atau akumulatif dalam jangka panjang (misalnya, perubahan nilai akibat paparan berulang terhadap konten tertentu).

#### **4. Perubahan Dinamika Audiens di Era Digital**

- **Interaktivitas dan Partisipasi**

Di era digital, audiens tidak hanya mengonsumsi tetapi juga memproduksi dan menyebarkan konten (prosumer). Hal ini mengubah posisi audiens dari pasif menjadi aktif, yang berdampak pada strategi komunikasi massa.

- **Filter Bubble dan Echo Chamber**

Algoritma media sosial menciptakan ruang informasi yang sesuai dengan preferensi pengguna, memperkuat persepsi selektif dan polarisasi sikap. Psikologi komunikasi menyoroti risiko bias konfirmasi dalam lingkungan seperti ini.

#### **Kesimpulan**

Dinamika audiens dalam komunikasi massa sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti persepsi, emosi, motivasi, dan proses kognitif. Pemahaman terhadap psikologi komunikasi membantu praktisi media dan komunikator massa

dalam menyusun pesan yang efektif, empatik, dan bertanggung jawab. Dalam konteks digital saat ini, dinamika ini menjadi semakin kompleks dan menuntut pendekatan yang adaptif terhadap perubahan perilaku dan harapan audiens.

### **7.7 Etika dan Tanggung Jawab dalam Komunikasi Massa**

Bab ini juga mengkaji pentingnya etika dalam praktik komunikasi massa. Media memiliki peran besar dalam membentuk opini publik dan memengaruhi perilaku sosial, sehingga penting untuk mempertimbangkan dampak sosial dari pesan yang disampaikan. Di sini, dibahas isu-isu seperti kekerasan dalam media, bias media, serta tanggung jawab sosial jurnalis dan pembuat konten.

**Kejujuran dan Akurasi:** Informasi yang disampaikan melalui media massa harus akurat dan tidak menyesatkan.

**Tanggung Jawab Sosial:** Media harus mempertimbangkan dampak sosial dari konten yang disiarkan, termasuk pengaruh terhadap budaya, politik, dan nilai-nilai moral masyarakat.

**Kebebasan dan Keterbukaan:** Media harus tetap memberikan ruang bagi berbagai suara dan opini dalam masyarakat tanpa adanya sensor yang berlebihan.

Etika dan tanggung jawab dalam komunikasi massa sangat penting, terutama bila dilihat dari sudut pandang **psikologi komunikasi**, karena komunikasi massa memiliki dampak luas terhadap persepsi, sikap, dan perilaku khalayak. Berikut adalah uraian mengenai aspek etika dan tanggung jawab tersebut:

### **1. Pengertian Umum**

**Etika komunikasi massa** adalah prinsip moral yang mengatur bagaimana pesan disampaikan kepada publik melalui media massa (TV, radio, internet, surat kabar, dll).

**Tanggung jawab komunikasi massa** merujuk pada kewajiban media dan komunikator untuk menyampaikan informasi secara benar, adil, dan membangun.

### **2. Etika dalam Komunikasi Massa (dalam konteks Psikologi Komunikasi)**

Psikologi komunikasi mempelajari bagaimana pesan memengaruhi pikiran, emosi, dan perilaku individu atau kelompok. Oleh karena itu, etika dalam komunikasi massa harus mempertimbangkan:

#### **a. Kebenaran dan Kejujuran**

- Komunikator massa harus menyampaikan informasi yang **faktual** dan **tidak menyesatkan**.



## Psikologi Komunikasi

- Psikologisnya: Informasi yang salah dapat menimbulkan **distorsi kognitif, kepanikan,** atau **pembentukan opini yang keliru.**

### b. Keadilan dan Tidak Diskriminatif

- Hindari penyebaran stereotip atau prasangka.
- Dalam psikologi komunikasi, stereotip yang berulang dalam media dapat memperkuat **bias kognitif** masyarakat.

### c. Kebebasan dan Tanggung Jawab

- Kebebasan pers harus diimbangi dengan kesadaran akan dampak psikologis pesan terhadap masyarakat (misalnya pada isu-isu sensitif seperti kesehatan mental, kekerasan, dan bencana).

### d. Privasi dan Martabat Individu

- Media tidak boleh mengekspos informasi pribadi yang dapat merusak psikologis seseorang atau menurunkan harga dirinya.

## 3. Tanggung Jawab dalam Komunikasi Massa

### a. Mendidik dan Memberi Informasi

- Media bertanggung jawab untuk **mencerahkan publik**, bukan sekadar menghibur atau mengejar rating.

- Pesan yang edukatif dapat membantu membentuk **skema berpikir** yang sehat di masyarakat.

**b. Mencegah Manipulasi Psikologis**

- Hindari teknik persuasi yang manipulatif, seperti fear appeal yang berlebihan atau framing yang menyesatkan.
- Dalam psikologi komunikasi, ini bisa menyebabkan **kecemasan massal, misinformasi**, atau **konformitas buta**.

**c. Membangun Kesadaran Sosial**

- Media massa memiliki tanggung jawab moral untuk menumbuhkan empati, toleransi, dan keterbukaan berpikir.

**4. Contoh Kasus**

- **Pemberitaan bunuh diri:** Jika tidak dilakukan secara etis, bisa memicu **efek Werther** (peniruan tindakan).
- **Iklan produk kesehatan:** Jika mengandung klaim tidak ilmiah, bisa membentuk harapan keliru dan memengaruhi keputusan kesehatan masyarakat.

**5. Kesimpulan**

Etika dan tanggung jawab dalam komunikasi massa bukan hanya soal kepatuhan terhadap aturan jurnalistik, tetapi juga menyangkut pemahaman mendalam tentang **dampak**

**psikologis** pesan terhadap audiens. Komunikator massa harus sadar bahwa pesan mereka dapat **membentuk cara berpikir, merasa, dan bertindak** masyarakat secara luas oleh karena itu harus disampaikan dengan hati-hati, bertanggung jawab, dan beretika.

### 7.8 Perkembangan Teknologi dan Komunikasi Massa

Komunikasi Massa di Era Digital Di era digital, internet dan media sosial mengubah lanskap komunikasi massa secara signifikan. Platform seperti Facebook, Twitter, YouTube, dan TikTok memungkinkan siapa saja untuk menjadi produsen konten, menciptakan komunikasi dua arah antara produsen dan audiens, serta mempercepat penyebaran informasi.

Dalam bagian ini, dibahas bagaimana kemajuan teknologi, terutama internet dan media sosial, telah merubah lanskap komunikasi massa. Konvergensi media, di mana berbagai jenis media dapat digabungkan dalam satu platform digital, memengaruhi cara kita mengakses dan berinteraksi dengan informasi

## Tantangan dan Peluang di Era Digital

Tantangan:

- Penyebaran informasi yang tidak terverifikasi (hoax).
- Pengaruh algoritma dalam menentukan konten yang dilihat oleh audiens.
- Fragmentasi audiens yang menyebabkan media harus lebih spesifik dalam menyasar segmen tertentu.

Peluang:

- Komunikasi yang lebih interaktif dan partisipatif.
- Kemudahan dalam menyebarkan informasi secara global.
- Meningkatkan keterlibatan audiens dalam proses komunikasi.

Kemajuan teknologi dan komunikasi massa memiliki dampak besar dalam bidang **psikologi komunikasi**, baik dari sisi cara manusia berkomunikasi maupun bagaimana pesan diterima, diproses, dan memengaruhi perilaku serta emosi individu atau kelompok. Berikut uraian lengkapnya:

### 1. Perubahan dalam Pola Komunikasi

Kemajuan teknologi – seperti internet, media sosial, dan aplikasi pesan instan – telah mengubah pola komunikasi manusia dari komunikasi tatap muka ke **komunikasi digital** yang cepat, singkat, dan seringkali bersifat visual.

### Dampak psikologis:

- Meningkatkan kecepatan penyampaian dan penerimaan pesan, tetapi juga dapat menurunkan kedalaman komunikasi interpersonal.
- Memicu **kecemasan komunikasi digital** seperti FOMO (Fear of Missing Out), kecanduan media sosial, atau tekanan untuk selalu merespons pesan dengan cepat.

## 2. Komunikasi Massa yang Lebih Interaktif

Dulu, komunikasi massa bersifat satu arah (misalnya dari TV ke pemirsa), kini dengan media sosial dan platform digital, komunikasi menjadi dua arah atau bahkan multi-arah.

### Dampak psikologis:

- Meningkatkan rasa partisipasi dan keterlibatan audiens.
- Mengubah persepsi terhadap otoritas dan sumber informasi, karena siapa pun bisa menjadi "komunikator massa".
- Meningkatkan kemungkinan penyebaran **hoaks** atau informasi yang memanipulasi emosi massa.

## 3. Personalization dan Algoritma

Dengan bantuan teknologi seperti AI dan machine learning, komunikasi massa kini dapat disesuaikan dengan **preferensi pribadi** pengguna (contoh: feed media sosial, iklan digital).

**Dampak psikologis:**

- Memperkuat **efek bias konfirmasi** (hanya menerima informasi yang sejalan dengan pandangan kita).
- Meningkatkan efek "filter bubble" yang menghambat pemikiran kritis atau pandangan yang beragam.
- Bisa memperkuat afiliasi emosional terhadap kelompok tertentu atau menyebabkan polarisasi.

**4. Perubahan dalam Persepsi Diri dan Identitas Sosial**

Media sosial memberi ruang bagi orang untuk membangun **identitas digital**, yang seringkali berbeda dari identitas nyata.

**Dampak psikologis:**

- Munculnya **kecemasan sosial** atau tekanan untuk selalu tampil sempurna secara online.
- Terbentuknya persepsi diri yang dipengaruhi oleh jumlah "like", komentar, atau pengikut.
- Bisa memengaruhi harga diri dan kesehatan mental, terutama pada remaja.

**5. Peningkatan Akses terhadap Informasi Psikologis**

Teknologi juga membuka akses lebih luas terhadap informasi terkait psikologi, kesehatan mental, dan komunikasi yang sehat.

## Psikologi Komunikasi

### Dampak positif:

- Edukasi masyarakat terkait komunikasi efektif dan empatik meningkat.
- Munculnya platform digital untuk terapi psikologis (telepsikologi).

### Kesimpulan

Kemajuan teknologi dan komunikasi massa telah menciptakan transformasi besar dalam ranah psikologi komunikasi. Di satu sisi, teknologi meningkatkan efisiensi, akses, dan konektivitas; di sisi lain, ia juga menimbulkan tantangan psikologis baru seperti stres digital, disinformasi, dan masalah identitas sosial. Oleh karena itu, penting bagi individu dan masyarakat untuk **melek teknologi dan psikologi komunikasi** agar dapat menggunakan media secara sehat dan bijak.

### Kesimpulan

Komunikasi massa adalah elemen penting dalam masyarakat modern, yang memengaruhi banyak aspek kehidupan, mulai dari politik hingga budaya. Dengan berkembangnya teknologi, komunikasi massa terus berkembang, memberikan tantangan dan peluang baru dalam cara kita berinteraksi dengan informasi

Bab komunikasi massa dalam buku perkuliahan Psikologi Komunikasi memberi pemahaman tentang bagaimana komunikasi melalui media massa tidak hanya memengaruhi cara kita memperoleh informasi, tetapi juga membentuk perilaku, sikap, dan pandangan dunia kita. Dengan adanya pemahaman yang mendalam tentang komunikasi massa, diharapkan mahasiswa dapat mengkritisi pengaruh media terhadap kehidupan sosial dan budaya, serta dapat memahami bagaimana media berinteraksi dengan psikologi individu dan kelompok.

Dengan menyelami teori-teori serta dampak dari komunikasi massa ini, mahasiswa diharapkan bisa melihat lebih dalam tentang peran media dalam membentuk realitas sosial serta kemampuan mereka untuk menganalisis pesan-pesan yang disampaikan oleh berbagai bentuk media dalam kehidupan sehari-hari.



## **DAFTAR PUSTAKA**

- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rasdakarya 2005).
- Gerbner, G., *Mass Media And Human Communication Theory*, (New York holt, Rinehart, and Winston, 1967).
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory: An Introduction*
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2001). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*
- Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (2006). *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*
- Baran, S. J. (2009). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Cultur*
- Ralph E. Hanson *"Mass Communication: Living in a Media World"* –
- George A. Miller *"The Psychology of Communication"* –
- Walter Lippmann (Public Opinion). *"The Media and the Models of Reality"* –
- Jennings Bryant & Dolf Zillmann *"Media Effects: Advances in Theory and Research"* –
- Timothy C. Brock & Melanie Green *"Persuasion: Psychological Insights and Perspectives"* –
- Deborah J. Terry & Michael A. Hogg *"Attitudes, Behavior, and Social Context: The Role of Norms and Group Membership"* –
- John R. Anderson *"Cognitive Psychology and Its Implications"* –

Nicholas Carr "*The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*" –

Christopher J. Ferguson "*Media Psychology 101*" –



## **BAB 8**

# **PENGARUH MEDIA DALAM KOMUNIKASI**

### **8.1 Definisi Komunikasi**

Komunikasi menjadi bagian yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia memiliki tugas untuk dapat menjalin relasi dengan orang-orang di sekitar, sehingga komunikasi menjadi salah satu kemampuan penting yang perlu dimiliki. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seseorang melalui berbagai cara tertentu kepada penerima dengan tujuan untuk bertukar informasi (Lasswell, 1948). Sejalan dengan itu, ahli lain mendefinisikan komunikasi sebagai cara pengiriman pesan yang ditujukan guna mencapai pemahaman yang sama antara orang-orang yang terlibat (DeVito, 2023).

Mortensen (dalam Trenholm, 2021) menjelaskan komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan informasi antara seseorang atau kelompok melalui simbol-simbol maupun kode-kode yang dimengerti oleh kedua belah pihak. Sementara itu, Trenholm (2021) mendefinisikan komunikasi sebagai proses pertukaran pesan yang kompleks

antar individu atau kelompok melalui berbagai cara dan berbagai konteks. Komunikasi bukan saja sekedar menyampaikan informasi, tetapi mencakup bagaimana informasi tersebut dikodekan, dikirim, diterima dan dimaknai dalam berbagai konteks sosial dan budaya. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampain pesan hingga pemaknaan pesan dari satu pihak ke pihak lain melalui berbagai cara.

### **8.2 Komponen- komponen Komunikasi**

Komunikasi merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam suatu hubungan. Menurut Effendy (2003) agar komunikasi yang terbentuk dapat berjalan efektif dan efisien, maka terdapat komponen- komponen yang harus terpenuhi dalam komunikasi, yaitu:

#### **1. Komunikator**

Komunikator merupakan seseorang atau kelompok yang bertindak sebagai pemberi pesan. Komunikator memiliki peran central dalam proses komunikasi, karena komunikator harus menyusun informasi sedemikian rupa agar mudah diterima oleh komunikan atau penerima informasi. Pesan yang disusun oleh komunikator dapat

diubah dalam bentuk simbol, gambar, suara maupun bentuk lain guna memudahkan komunikasi dalam memaknai pesan yang disampaikan. Setelah informasi selesai disusun, maka komunikator harus menentukan media atau cara dalam melakukan komunikasi. Terdapat banyak media atau cara dalam menyampaikan pesan, seperti lisan, tulisan, visual, maupun digital. Selain itu, komunikator juga perlu menentukan tujuan penyampaian informasi dan kepada siapa informasi tersebut akan disampaikan.

## 2. Komunikan

Komunikan bertindak sebagai penerima informasi. Komunikan menjadi komponen yang tidak kalah penting dengan komunikator dalam penyampaian informasi. Namun, dalam konteks komunikasi, pihak yang berperan sebagai komunikan dapat bersifat pasif (hanya menerima pesan) atau aktif (memberikan tanggapan atau umpan balik dari pesan yang diterima). Komunikan harus mampu menafsirkan pesan agar makna dari pesan tersebut dapat dipahami dengan tepat.

### **3. Pesan**

Pesan merupakan informasi atau isi komunikasi yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan tidak hanya berupa informasi, tetapi juga dapat berupa perintah, ajakan, himbauan, pertanyaan dan sebagainya. Bentuk pesan juga bermacam-macam, seperti pesan verbal (pesan yang disampaikan melalui kata-kata, secara lisan maupun tulisan) dan nonverbal (ekspresi wajah, gestur, intonasi suara, gambar maupun simbol).

Selain ketiga komponen di atas, keberhasilan dalam komunikasi tergantung pada kejelasan pesan yang disampaikan, kemampuan komunikan dalam memahami pesan yang diterima dan kesamaan konteks budaya, bahas, dan latar belakang antara komunikator dan komunikan.

## **8.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi**

Proses penyampaian informasi yang dilakukan komunikator kepada komunikan tidak selalu berjalan dengan baik. Sering kali terdapat berbagai macam kendala dalam berkomunikasi, sehingga pesan yang disampaikan tidak dapat

dimaknai secara tepat oleh komunikan. Adapun faktor- faktor yang dapat mempengaruhi proses komunikasi, antara lain:

**1. Kompetensi Komunikator**

Kemampuan komunikator dalam mengolah pesan, menyampaikan pesan, memilih media yang tepat dan memahami karakteristik komunikan menjadi salah satu poin penting yang menentukan keberhasilan dalam proses komunikasi. Selain itu, kejelasan dalam penyampaian pesan, daya Tarik dan kepercayaan terhadap komunikator juga mempengaruhi efektivitas dalam berkomunikasi (DeVito, 2023).

**2. Latar Belakang Budaya**

Trenholm (2021) berpendapat bahwa perbedaan nilai, norma dan budaya dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam berkomunikasi. Komunikasi antar budaya memerlukan kemampuan sensitivitas dan penyesuaian terhadap makna simbolik yang mungkin juga berbeda. Komunikasi tidak hanya terletak pada kata- kata saja, tetapi juga dalam konteks sosial dan budaya guna menghindari kesalahpahaman antara kedua belah pihak.



### **3. Bahasa dan Simbol**

Bahasa merupakan kode komunikasi yang harus dimengerti bersama oleh komunikator maupun komunikan. Bahasa atau simbol yang tidak dipahami bersama (misalnya jargon, Bahasa daerah maupun Bahasa ilmiah) dapat menimbulkan gangguan dalam berkomunikasi. Perbedaan Bahasa atau simbol tersebut dapat menghambat proses komunikasi yang terbentuk (Effendy, 2003).

### **4. Kondisi Psikologis**

Kondisi emosional dan psikologis, seperti stress, marah, cemas atau bahagia dapat mempengaruhi cara individu dalam menerima dan memaknai pesan. Komunikasi akan lebih efektif apabila dilakukan dalam kondisi mental yang terbuka dan positif (DeVito, 2023).

### **5. Media atau Saluran Komunikasi**

Pemilihan media atau saluran komunikasi harus disesuaikan dengan sifat pesan dan karakteristik komunikan. Media yang digunakan (lisan, tulisan, visual, digital) harus disesuaikan dengan konteks dan tujuan pesan tersebut, agar tidak menyebabkan gangguan. Model komunikasi menekankan pentingnya saluran

dalam menciptakan efektivitas pengiriman pesan (Shannon & Weaver, 1963).

**6. Lingkungan Fisik**

Kondisi lingkungan dari komunikator maupun komunikan dapat mempengaruhi proses penyampaian pesan. Faktor lingkungan, seperti kebisingan, pencahayaan, suhu ruangan dan kenyamanan dapat menjadi gangguan dalam komunikasi. Faktor ini sering kali diabaikan, tetapi membawa pengaruh yang cukup besar (Effendy, 2003).

**7. Hubungan Antarpribadi**

Menurut DeVito (2023) hubungan yang akrab, terbuka, dan saling percaya memungkinkan komunikasi berjalan dengan lebih jujur dan efektif. Sebaliknya, konflik atau jarak emosional dapat menjadi penghalang.

**8. Persepsi dan Pengalaman**

Trenholm (2021) menegaskan bahwa latar belakang dan pengalaman membentuk kerangka acuan yang memengaruhi penerimaan pesan. Individu dapat menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman, persepsi,

dan latar belakang masing-masing. Dua orang bisa menerima pesan yang sama tetapi memahami secara berbeda.

### 9. *Noise* (Gangguan)

Menurut Shannon dan Weaver (1963) *noise* adalah segala sesuatu yang mengganggu komunikasi. Bisa bersifat fisik (kebisingan), psikologis (prasangka), atau semantik (kesalahan pengkodean/penafsiran pesan).

## 8.4 Jenis- jenis Media dalam Komunikasi

Media komunikasi merupakan alat atau saluran yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan. Media komunikasi menjadi tonggak penting dalam penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan. Tanpa adanya media komunikasi, maka pesan tidak dapat tersampaikan dengan baik, sehingga komunikator perlu memilah media komunikasi yang tepat. Media komunikasi yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan sangat beragam, mulai dari media fisik, sampai digital, yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan. Adapun media-media yang dapat digunakan untuk berkomunikasi antara lain:

1. Media Lisan

DeVito (2023) menjelaskan media lisan melibatkan komunikasi secara langsung, biasanya tatap muka, di mana pesan disampaikan secara verbal dan umpan balik bisa terjadi secara *real-time*. Media lisan meliputi: percakapan langsung, diskusi kelompok, rapat tatap muka maupun wawancara.

2. Media Tertulis

Media ini menggunakan tulisan sebagai alat komunikasi, baik secara fisik maupun digital. Jenis media ini cocok untuk dokumentasi, komunikasi formal, dan penyampaian informasi rinci. Adapun contoh dari media tertulis berupa: surat, memo, laporan atau buku (Bovee & Thill, 2021).

3. Media Audio

Media ini menggunakan suara sebagai sarana utama dalam penyampaian pesan, bisa disiarkan secara langsung atau direkam, seperti: radio, pesan suara, rekaman wawancara (Trenholm, 2021).

4. Media Visual

Media ini menyampaikan pesan melalui tampilan visual, seperti gambar, grafik, atau video, untuk

memperkuat atau menggantikan komunikasi verbal. Contoh dari jenis media ini berupa: infografis, poster, slide presentasi (Arsyad, 2014).

### 5. Media Massa

Media massa adalah media yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas secara serentak. Umumnya digunakan sebagai informasi public, berita atau hiburan. Adapun yang termasuk dalam jenis media massa, yaitu: surat kabar, majalah, televisi dan portal berita online (McQuail, 2010).

### 6. Media Digital

McQuail (2010) menjelaskan bahwa media digital merupakan media berbasis teknologi digital yang memungkinkan komunikasi instan, dua arah, dan lintas geografis, seperti: media sosial (*Instagram, X, Facebook*); aplikasi pesan instan (*WhatsApp, Telegram*); email, dan forum daring (*Reddit, Quora*).

## 8.5 Dasar Pemilihan Media Komunikasi

Pemilihan media komunikasi yang tepat sangat penting untuk memastikan pesan diterima, dipahami, dan ditindaklanjuti dengan benar oleh komunikan. Pemilihan media komunikasi yang tepat dapat memperhatikan beberapa hal berikut ini:

### 1. Tujuan Komunikasi

Pilih media yang sesuai dengan tujuan komunikasi: apakah ingin menginformasikan, membujuk, menghibur, atau membangun hubungan (Trenholm, 2021).

Contoh: Untuk instruksi teknis, dapat melalui dokumen tertulis atau video demonstrasi. Sementara untuk pemberian motivasi emosional, gunakan komunikasi langsung seperti tatap muka atau *video call*.

### 2. Karakteristik Pesan

Pesan yang kompleks, panjang, atau sensitif membutuhkan media yang mampu menjelaskan dengan detail dan memungkinkan dialog atau klarifikasi. Konsep *Media Richness Theory* menjelaskan bahwa media yang *face-to-face* lebih cocok untuk

pesan yang ambigu atau emosional (Daft & Lengel, 1986).

Contoh: Pesan yang sifatnya kompleks sebaiknya disampaikan melalui tatap muka, rapat langsung, email panjang yang disertai dengan lampiran. Sementara pesan singkat dapat disampaikan melalui pesan teks.

### 3. Ketersediaan Media

DeVito (2023) menjelaskan bahwa media yang dipilih untuk penyampaian pesan harus tersedia dan dapat diakses oleh semua pihak, sehingga tidak menghambat proses penyampaian informasi.

### 4. Kecepatan dan Urgensi

Bovee dan Thill (2021) menjelaskan bahwa pesan yang mendesak dan membutuhkan respon cepat, sebaiknya disampaikan melalui telepon, *video call*, maupun pertemuan secara langsung.

### 5. Jumlah Penerima Pesan

Jumlah penerima pesan dapat menjadi salah satu alasan pemilihan media komunikasi. Apabila jumlah penerima besar, maka media komunikasi yang dapat dipilih adalah media massa, seperti TV, atau media

sosial lainnya. Namun, apabila jumlah penerima pesan kecil dapat menggunakan telepon, tatap muka atau media lain yang bersifat individual (Effendy, 2003).

6. Kebutuhan Interaksi dan Umpan Balik

Apabila memerlukan diskusi dua arah, klarifikasi maupun umpan balik dari komunikan, maka sebaiknya dapat memilih media berupa tatap muka secara langsung atau melalui *video conference* (Trenholm, 2021).

7. Kerahasiaan dan Formalitas

Pesan yang bersifat rahasia atau resmi dapat menggunakan media yang aman dan formal, seperti surat resmi, email terenkripsi, atau pertemuan pribadi (DeVito, 2023).

## **8.6 Pengaruh Media Massa dalam Kehidupan**

Sebelum berkembangnya teknologi digital dalam penyampaian informasi, media massa menjadi salah satu pilihan terbaik untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Media masa dikenal sebagai *agent of change*, yaitu media yang menjadi salah satu pelopor perubahan



publik yang dapat mempengaruhi masyarakat melalui pesan berupa informasi, pendidikan, hiburan dan lainnya yang dapat dijangkau dengan mudah.

Media massa dapat menjadi salah satu media komunikator yang mumpuni untuk menyampaikan informasi, meskipun saat ini sudah banyak berkembang media digital yang dapat menjangkau masyarakat luas. Namun, meskipun begitu kemajuan teknologi digital tidak serta merta meruntuhkan pamor dari media massa. Masih banyak pihak yang menilai bahwa keberadaan media massa cukup efektif dalam menyampaikan informasi. Hal ini tentunya juga dipengaruhi oleh peranan media massa yang masih digunakan dalam kehidupan hingga saat ini. Menurut McQuai (2010) terdapat 6 perspektif dalam menilai peran media massa, antara lain:

1. Media massa dianggap sebagai jendela informasi yang dapat memberikan gagasan, informasi terhadap suatu peristiwa dengan lebih mudah dan cepat.
2. Media menjadi cerminan dalam kehidupan masyarakat umum, sehingga banyak informasi maupun pesan berupa refleksi dari kehidupan yang terjadi di dunia nyata, seperti konflik rumah tangga, kekerasan, pornografi, dan sebagainya.
3. Media massa berperan sebagai filter dalam menyeleksi

informasi yang menarik maupun tidak menarik bagi masyarakat.

4. Media dijadikan sebagai *guide* untuk menunjukkan arah maupun keputusan dari ketidakpastian dan berbagai pilihan yang ada.
5. Media massa sebagai forum untuk mengumpulkan tanggapan masyarakat terkait dengan isu-isu tertentu.
6. Media sebagai rekan bicara yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah.

## **8.7 Komunikasi di Era Digital**

Kemajuan teknologi membuat individu semakin mudah untuk melakukan komunikasi, karena banyaknya alternative media yang dapat digunakan untuk bertukar informasi. Sebelum berkembang media digital, individu biasanya berkomunikasi dengan cara tatap muka secara langsung, menuliskan surat dan sebagainya. Hal ini memunculkan pemikiran bahwa peran media komunikasi sangat terbatas.

Sementara itu, di era digital individu memiliki lebih banyak pilihan media dalam bertukar pesan, mulai dari media yang sederhana hingga paling kompleks. Misalnya hanya sekedar berupa pesan teks, suara, gambar, video maupun kombinasi pesan dapat dilakukan semuanya melalui media

## **Psikologi Komunikasi**

digital. Melalui media ini, komunikasi yang terbentuk juga dapat semakin interaktif, karena tersedianya akses dan layanan *real time* maupun *live communication*, meskipun kedua belah pihak tidak berada di tempat yang sama. Menurut Trenholm (2021) perbedaan antara sebelum dan setelah era digital ini membawa beberapa perubahan pemikiran individu terkait dengan komunikasi antara lain:



## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arsyad, A. (2014). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bovee, C. L., & Thill, J. V. (2021). Business Communication Today. In *Business Communication Today*. New York: Pearson.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32(5), 554–571.
- DeVito, J. A. (2023). *The Interpersonal Communication Book*. New York: Pearson.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The Communication of Ideas*, 1948, 37–52.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. Los Angeles: Sage Publications.
- Shannon, C. ., & Weaver, W. (1963). *The Mathematical Theory of Communication*. United State: University of Illinois Press.
- Trenholm, S. (2021). *Thinking Through Communication*. New York: Routledge.

## **BAB 9**

# **KOMUNIKASI PERSUASIF**

### **9.1. Pendahuluan**

Komunikasi persuasif merupakan bagian integral dari psikologi komunikasi, yang berfokus pada bagaimana individu dapat mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain (Petty et al., 2021). Dalam konteks ini, komunikasi tidak hanya dilihat sebagai proses penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membujuk dan mempengaruhi orang lain dengan cara yang halus dan efektif (Parsons & Patricia J, 2013). Dalam bab ini, kita akan membahas secara mendalam tentang komunikasi persuasif, termasuk definisi, tujuan, teknik, efek, serta hambatan yang mungkin dihadapi dalam proses komunikasi tersebut.

### **9.2. Definisi Komunikasi Persuasif**

Komunikasi persuasif dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang melalui penggunaan pesan verbal maupun non-verbal. Menurut Larson (2016), komunikasi persuasif melibatkan transmisi informasi dengan tujuan untuk

## **Psikologi Komunikasi**

mengubah pemikiran dan tindakan audiens. Hal ini sejalan dengan pendapat Hovland (1953) yang menyatakan bahwa persuasi adalah perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain (Maio & Haddock, 2009).

Tujuan utama dari komunikasi persuasif adalah untuk mencapai perubahan sikap atau perilaku pada individu atau kelompok. Beberapa tujuan spesifik dari komunikasi persuasif meliputi (Carter, 2019):

- Mengubah sikap : mendorong individu untuk melihat suatu isu dari perspektif yang berbeda
- Membujuk untuk bertindak : mendorong audiens untuk mengambil tindakan tertentu, seperti membeli produk atau mendukung suatu kampanye.
- Meningkatkan kesadaran : memberikan informasi yang relevan untuk meningkatkan pemahaman audiens tentang suatu isu.

Komunikasi persuasif diperlukan pada saat ingin mengubah opini publik. Pada setting pemasaran , komunikasi persuasi diperlukan untuk meningkatkan penjualan produk atau layanan. Dalam dunia akademik, komunikasi persuasi diperlukan untuk meyakinkan audiens dengan argument yang kuat. Sedangkan dalam hubungan interpersonal, komunikasi diperlukan untuk meyakinkan teman atau keluarga.

Komponen utama komunikasi persuasif adalah :

1. Sumber (komunikator). Orang yang menyampaikan pesan.
2. Pesan. Isi yang disampaikan harus logis, relevan, dan disesuaikan dengan kebutuhan audiens.
3. Media / saluran. Cara atau media penyampaian pesan berupa lisan, tulisan, visual ataupun digital.
4. Penerima (komunikan) sasaran pesan yang diharapkan mengalami perubahan sikap atau perilaku.
5. Efek. Dampak yang dihasilkan berupa perubahan kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan), maupun perilaku.
6. Umpan balik. Respons atau reaksi dari komunikan yang menjadi tolok ukur efektivitas persuasi.

### **Prinsip-prinsip dasar komunikasi Persuasif.**

Dalam membangun komunikasi persuasif terdapat beberapa prinsip yang perlu diperhatikan, antara lain :

1. Kredibilitas. Audiens cenderung lebih mudah menerima pesan dari sumber yang dianggap kredibel. Kredibilitas dibangun dari kejujuran, keahlian, dan konsistensi perilaku komunikator. Komunikator yang dipercaya lebih mudah mempengaruhi audiens. Misalnya, seorang dokter yang memberikan edukasi kesehatan akan lebih didengar karena dianggap ahli dan terpercaya.

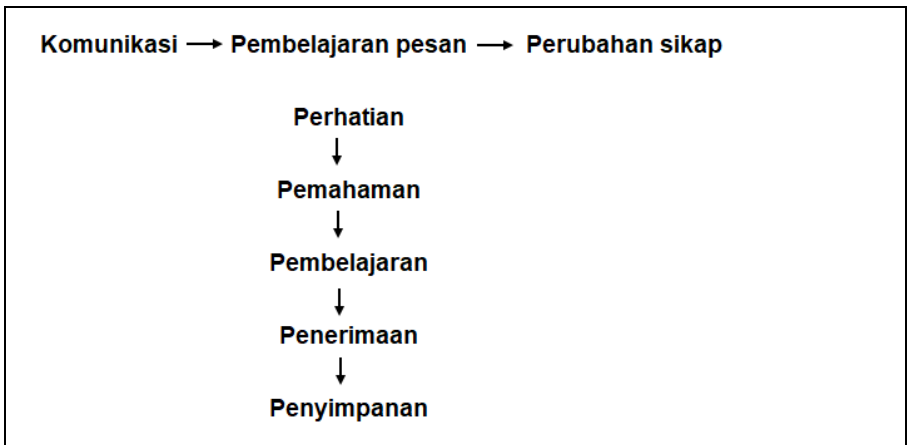


2. Argumentasi logis : Pesan yang disampaikan harus didukung dengan alasan yang logis, data, dan bukti nyata. Argumentasi yang lebh atau mengada-ada justru akan menimbulkan resistensi. Misalnya, jika anda ingin mengajak teman untuk hidup sehat, paparkan data atau kisah nyata tentang manfaat makanan sehat.
3. Daya tarik psikologis. Manusia bukan makhluk rasional semata. Pesan yang menyentuh emosi, nilai, atau kebutuhan audiens lebih mudah diterima. Emosi memegang peran besar dalam mengambil keputusan. Cerita, metafora, atau ilustrasi yang menyentuh hati seringkali lebih efektif daripada data yang datar. Misalnya, kampanye anti rokok menampilkan kisah nyata korban yang menderita penyakit TBC, akan jauh menyentuh daripada sekedar data statistic.
4. Keterlibatan audiens. Melibatkan audiens dalam proses komunikasi, mengajak berdiskusi, mengajukan pertanyaan dan mendengarkan pendapat merupakan teknik dimana audiens merasa dihargai keberadaannya. Pesan yang melibatkan audiens akan meningkatkan efektivitas persuasi.

### 9.3. Model Komunikasi Persuasi

#### Model Komunikasi Persuasi Hovland / Yale

Model komunikasi persuasif Carl Hovland menekankan pada proses komunikasi yang sistematis untuk mempengaruhi sikap, pendapat, atau perilaku orang lain. Model ini melibatkan beberapa tahap antara lain : perhatian, pemahaman, pembelajaran, penerimaan, dan penyimpanan. Hovland berpendapat bahwa komunikasi persuasif yang efektif harus mempertimbangkan sumber komunikasi, sifat pesan dan audiens yang dituju (Gass & Seiter, 2022).



Gambar 9.1 : Model komunikasi persuasif Hovland / Model Yale

Model komunikasi persuasive yang dikemukakan oleh Carl Hovland (Perloff, 2017) adalah sebagai berikut :

1. Perhatian : tahap ini menekankan pentingnya menarik

## Psikologi Komunikasi

perhatian audiens agar mereka mau mendengarkan atau melihat pesan yang disampaikan.

2. Pemahaman : pesan harus dapat dipahami dengan jelas oleh audiens agar mereka dapat menginternalisasi informasi yang disajikan.
3. Pembelajaran : audiens harus belajar dan menguasai informasi yang disampaikan sehingga mereka dapat meresponnya dengan tepat
4. Penerimaan : audiens harus menerima informasi yang disampaikan, yang berarti setuju dengan argument dan pendapat yang disajikan.
5. Penyimpanan : informasi yang diterima harus disimpan dan memori audiens agar mereka dapat mengingatnya dan menggunakannya dalam situasi yang relevan.

Komunikasi persuasif yang efektif menurut Hovland harus mempertimbangkan faktor-faktor berikut :

1. Sumber komunikasi (*credibility*) : komunikator harus memiliki kredibilitas atau keahlian dalam bidang yang sedang dibahas. Komunikator yang kredibel akan cenderung lebih mudah mempengaruhi audiens.
2. Sifat pesan (*argumentatif*) : pesan harus memiliki argumen yang kuat, logis, dan relevan dengan topik yang sedang dibahas.
3. Audience (karakteristik) : audiens memiliki karakteristik

yang berbeda misalnya pengetahuan, sikap, dan minat. Oleh karena itu, komunikator harus memahami karakteristik audiens yang dihadapi. Komunikator harus dapat menyesuaikan dengan pengetahuan, sikap atau minat audiens.

### **Model Komunikasi Persuasif Kognitif Response Approach**

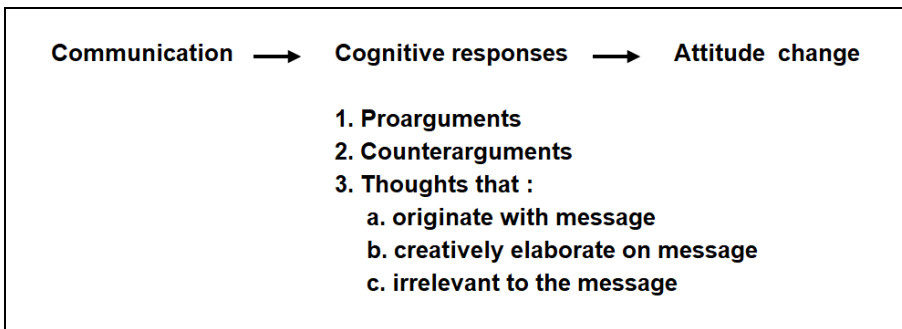
Model ini menjelaskan bahwa pesan persuasif yang diterima tidak hanya sekedar mempengaruhi penerimaan dari sisi penerima, tetapi juga menggerakkan pemikirannya atau tanggapannya terhadap pesan persuasif tersebut.

Pendekatan respon kognitif menjelaskan tentang penilaian tanggapan kognitif mereka, pikiran yang terjadi pada mereka ketika membaca, melihat, atau mendengar pesan yang dikomunikasikan. Efektifitas pesan persuasif sangat tergantung pada pikiran atau respons kognitif audiens saat mereka menerima pesan tersebut. Jadi buka isi pesan yang paling berpengaruh, tetapi bagaimana individu memproses dan menanggapi pesan itu secara mental. Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Anthony G Grenwald pada tahun 1968, yang menyatakan bahwa proses kognitif individu (seperti berfikir, menilai, menyetujui atau menolak) adalah kunci utama dalam memahami bagaimana dan mengapa seseorang bisa terpengaruh oleh suatu pesan.

## Psikologi Komunikasi

Asumsi dasar dari model Persuasif Kognitif Response adalah :

1. Individu tidak pasif terhadap pesan. Mereka aktif menanggapi dan menafsirkan pesan berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan sikap yang sudah dimiliki sebelumnya.
2. Proses persuasi terjadi melalui pemikiran internal, bukan hanya reaksi otomatis terhadap rangsangan eksternal.
3. Respons kognitif audiens terhadap pesan bisa berupa :
  - a. *Supportive thoughts* (pikiran mendukung)
  - b. *Counterarguments* (pikiran menolak)
  - c. *Neutral* atau *irrelevant thoughts* (pikiran tidak relevan)



Gambar 9.2 : Model Persuasif Kognitif Response

## Model Elaboration Likelihood (ELM)

Elaboration Likelihood Model (ELM) adalah teori persuasi yang dikembangkan oleh Richard E Petty dan John T. Cacioppo. Sebuah perubahan sikap dapat dibentuk secara permanen tergantung pada alur atau rute yang dipakai. Terdapat 3 pengaruh untuk menentukan rute yaitu : motivasi, kemampuan dan kesempatan.

Motivasi dipengaruhi oleh : seberapa besar hubungan personal pada suatu isu. Ketertarikan tersendiri terhadap sesuatu, dan kebutuhan untuk berfikir. Kemampuan mengacu pada kebutuhan individu pada sumber dan skill untuk mengerti dan memahami suatu pesan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan antara lain : memahami pesan, repetisi pesan, distraksi, ilmu pengetahuan, dan tekanan sosial. Kesempatan adalah seberapa lama waktu yang dibutuhkan untuk seseorang dalam mengambil kesempatan atau membuat keputusan.

Model ini menjelaskan bagaimana individu memproses pesan persuasif melalui 2 jalur utama, yaitu :

1. *Central Route* (jalur sentral) : Jalur ini digunakan oleh individu yang memiliki motivasi yang tinggi dan mampu berfikir secara kritis dalam memahami informasi atau pesan persuasi. Jalur ini akan menghasilkan perubahan sikap yang permanen pada individu.

## Psikologi Komunikasi

2. *Peripheral Route* (jalur perifer) : jalur ini dilakukan oleh individu yang memiliki motivasi yang rendah dan tidak ingin mencari tahu suatu pesan lebih dalam. Perubahan sikapnya cepat, namun sikapnya tidak kuat dan akan mudah berubah. Pemrosesan pesan berdasarkan isyarat atau petunjuk eksternal, seperti kredibilitas sumber, daya tarik visual atau emosi tanpa analisis mendalam terhadap isi pesan.

### Teknik Komunikasi Persuasif

Terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan dalam komunikasi persuasif untuk mencapai tujuan yang diinginkan, antara lain ::

1. *Fear Appeal* : menggunakan ketakutan untuk mendorong audiens agar mengambil tindakan tertentu. Misalnya, kampanye kesehatan yang menunjukkan resiko penyakit jika tidak mengikuti anjuran kesehatan
2. *Emotional Appeal* : menggugah emosi audiens melalui cerita atau gambar yang menyentuh perasaan.
3. *Logical Appeal* : menggunakan argument logis dan data statistic untuk mendukung pesan yang disampaikan.

Menurut Effendy, terdapat 5 (lima) teknik komunikasi persuasif, yaitu (Effendy, 2019) :

1. Teknik asosiasi. Teknik penyampaian pesan komunikasi

dengan cara mengemas atau mengaitkan dengan suatu kejadian, peristiwa dan fenomena yang sedang menarik perhatian khalayak.

2. Teknik integrasi. Teknik penyampaian pesan dimana komunikator menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Komunikator menggambarkan bahwa dia "senasib" dan karena itu menjadi satu dengan komunikan. Persamaan nasib ini bermakna merasakan apa yang komunikan rasakan.
3. Teknik ganjaran. Teknik ganjaran (pay-off-technique) adalah kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara melakukan iming-iming terhadap hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan.
4. Teknik tataan. Teknik penyampaian pesan dimana komunikator menyusun pesan komunikasi sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut.
5. Teknik *Red-herring*. Teknik penyampaian pesan dimana komunikator berusaha meraih kemenangan dalam perdebatan dengan cara mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkan sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasai agar dapat dijadikan senjata melakukan penyerangan terhadap lawan.



## **Psikologi Komunikasi**

Efek komunikasi persuasif dapat bervariasi tergantung pada konteks dan cara penyampaian pesan. Beberapa efeknya meliputi :

1. Perubahan Sikap : audiens mungkin mengubah pandangan mereka terhadap suatu isu setelah terpapar pesan persuasif.
2. Perubahan Perilaku : terjadi perubahan perilaku.
3. Penguatan Sikap : pesan persuasif dapat memperkuat sikap yang sudah ada sebelumnya.

### **Hambatan dalam Komunikasi Persuasif**

Komunikasi persuasif memiliki potensi untuk mempengaruhi orang lain. Namun demikian terdapat beberapa hambatan yang dapat mempengaruhi efektivitasnya, antara lain (Cialdini, 2021) :

1. Faktor Motivasi : Jika audiens tidak termotivasi untuk mendengarkan atau menerima pesan, efek dari komunikasi akan menurun. Oleh karena itu penting bagi komunikator untuk melakukan pendekatan awal untuk menstimulasi audiens agar pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi audiens.
2. Prasangka : prasangka terhadap komunikator atau topik yang dibahas akan menghalangi penerimaan pesan.
3. Faktor Semantik : perbedaan dalam pemahaman kata atau

istilah antara komunikator dan audiens dapat menyebabkan miskomunikasi.

4. Faktor kognitif : bias berfikir yang membuat audiens sulit menerima perspektif baru
5. Faktor emosional : ketakutan atau kecemasan yang membuat audiens menolak pesan.
6. Faktor social dan budaya : perbedaan nilai dan norma akan menghambat pemahaman
7. Faktor media : kurangnya akses media komunikasi yang efektif.

Pada beberapa kasus, ketika kita dihadapkan untuk melakukan intervensi pada kelompok yang kontra, maka komunikator sebaiknya mempersiapkan hal-hal sebagai berikut :

1. Membangun kepercayaan sebelum menyampaikan pesan.
2. Menggunakan pendekatan berbasis empati.
3. Menghadirkan bukti yang tidak bias.
4. Memanfaatkan figure yang dipercaya oleh audies.

## **Penutup**

Komunikasi perusasisif adalah ketrampilan komunikasi yang sangat penting. Berkomunikasi bukanlah hanya sekedar seni berbicara, melainkan seni membangun pengaruh dengan

## **Psikologi Komunikasi**

hati dan pikiran. Dengan memahami prinsip, teori, dan strategi komunikasi seseorang dapat menjadi agen perubahan yang positif di lingkungan sekitar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Carter, L. H. (2019). *Persuasion: Convincing Others When Facts Don't Seem to Matter*. Penguin Random House LLC.
- Cialdini, R. B. (2021). *Influence, New and Expanded The Psychology of Persuasion*. Harper Collin.
- Effendy, O. U. (2019). *Dinamika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Gass, R. H., & Seiter, J. S. (2022). Persuasion: Social Influence and Compliance Gaining, Seventh Edition. In *Persuasion: Social Influence and Compliance Gaining, Seventh Edition*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003081388>
- Maio, G., & Haddock, G. (2009). The Three Witches of Attitudes. *The Psychology of Attitudes and Attitude Change*, 24–44. <https://doi.org/10.4135/9781446214299.n2>
- Parsons, & Patricia J. (2013). *BEYOND PERSUASION Communication Strategies for Healthcare Managers in the Digital Age Second Edition* (2nd ed.). University of Toronto Press.
- Perloff, R. M. (2017). The dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in the 21st-century. In *Routledge* (6th ed.). Routledge Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.1177/1464884920938936>
- Petty, R. E., Luttrell, A., & Teeny, J. D. (2021). *The Handbook of Personalized Persuasion: Theory and Application* (R. E. Petty, A. Luttrell, & J. D. Teeny (eds.)). Routledge Taylor &

Francis

Group.

<https://doi.org/10.7551/mitpress/11252.001.0001>

## BIODATA PENULIS



**Dr. H. Purnomo, S.E., M.M.**

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “Manajemen Bisnis Indonesia”

Penulis lahir di Wonogiri tanggal 09 Nopember 1964. Menyelesaikan Pendidikan S3 pada tahun 2022 di FPEB Program Studi Doktor Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia\_Bandung dengan predikat Cumlaude. Sejak Tahun 2014 sebagai Dosen tetap di STIE Manajemen Bisnis Indonesia hingga saat ini. Sebagai reviewer jurnal nasional. Dan beberapa tulisan karya ilmiahnya telah dimuat pada beberapa jurnal nasional terakreditasi sinta dan jurnal internasional bereputasi scopus juga prosiding internasional. Sejak Tahun 2018 sampai saat ini sebagai Dewan Pengawas Yayasan Ar Risalah Jakarta » KBIHU Bidang layanan Haji dan Umrah, Lembaga Dakwah, Lembaga Pendidikan dan Lembaga Sosial.

## **Psikologi Komunikasi**

Penulis dapat dihubungi melalui e-mail:  
[purnomo@stiambi.ac.id](mailto:purnomo@stiambi.ac.id)

## BIODATA PENULIS



**Shorihatul Inayah. S.Pd., M.Si**

Guru MAN 1 Tuban

Jawa Timur

Penulis lahir di Tuban, 4 Maret 1978. Pendidikan di MI Salafiyah Mandirejo (1989), SMP Mu'allimin Tuban (1992), SMA Bahrul 'Ulum Tambak Beras Jombang (1995), S-1 Pendidikan Kimia di UM (2002), S-2 Kimia di UM (2021), S-3 Pendidikan Kimia UM juga dalam proses penyelesaian Disertasi. Pernah nyantri di Ponpes Al-Fathimiyyah Bahrul 'Ulum Tambak Beras Jombang, latar belakang inilah menjadikannya moderat. Sejak 2003 menjadi Guru di MAN 1 Tuban sampai sekarang, peraih Satya Lencana dan Award ini



## **Psikologi Komunikasi**

Juara diberbagai Kompetisi dan Anugerah, serta aktif di Perkumpulan Manager Pendidikan Islam Indonesia. Prestasi tiada henti begitu juga menulis yang terpublish dan produktif terus ditorehkan guru yang ramah ini.

Penulis dapat dihubungi melalui e-mail:  
[shorihatul.inayah@gmail.com](mailto:shorihatul.inayah@gmail.com)

## **BIODATA PENULIS**



### **Dr. Nining Andriani, M.Pd**

Dosen Program Studi Teknologi Pendidikan  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Samawa Sumbawa

Penulis lahir di Sumbawa 08 Juni 1974. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Teknologi Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Samawa. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Pendidikan Ekonomi dan Koperasi di UNSA (Universitas Samawa) Sumbawa Tahun 2006, kemudian menyelesaikan S2 pada Jurusan Pendidikan IPS Konsentrasi Pendidikan Karakter di UNY (Universitas Negeri Yogyakarta) Tahun 2013. Kemudian Tahun 2023 menyelesaikan S3 Manajemen Pendidikan FIP di

## **Psikologi Komunikasi**

UM (Universitas Negeri Malang) selesai dalam waktu 2,2 Tahun.

Sampai dengan hari ini aktif mengajar di Program Studi Teknologi Pendidikan di FKIP Universitas Samawa Sumbawa. Penulis sudah mulai menulis buku sejak tahun 2015. Sudah ada lebih kurang 70 judul buku yang sudah disusun berkolaborasi dengan penulis lain se-nusantara. Beberapa judul buku ada masih proses pengajuan ISBN dan sebagian sudah terbit. Sedangkan beberapa penelitian juga sudah di publis diberbagai jurnal nasional.

Penulis senantiasa berupaya untuk terus mengembangkan diri dalam mendukung dunia pendidikan dengan terus menulis dan memberikan sumbangsih pemikiran terhadap generasi yang akan datang.

Penulis dapat dihubungi melalui e-mail:  
[nininga818@gmail.com](mailto:nininga818@gmail.com)

## BIODATA PENULIS



**Utami Nurhafsari Putri** adalah seorang kelahiran Medan, Indonesia. Ia seorang Psikolog dan dosen di Universitas Negeri Medan, Indonesia, dengan latar belakang Psikologi (Sarjana) di Universitas Sumatera Utara, dan Psikolog Klinis (Magister Profesi) di Universitas Indonesia. Ia tertarik pada bidang psikologi dan bimbingan konseling, khususnya keterkaitannya tentang kesehatan mental, pendidikan, intervensi, asesmen, dan juga interaksi manusia-teknologi. Ia dapat dihubungi melalui email: [utami.dongoran@unimed.ac.id](mailto:utami.dongoran@unimed.ac.id).

## **BIODATA PENULIS**



**Bunga Mardhotillah, S.Si., M.Stat.**

Program Studi Matematika  
Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Jambi

Lahir di Jambi pada tanggal 8 Januari 1986. Penulis adalah anak sulung dari dua bersaudara. Saat ini penulis tengah menempuh Pendidikan Strata-3 pada Program Doktor Pendidikan MIPA di Universitas Jambi. Penulis adalah dosen tetap Program Studi Matematika, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Jambi, dengan Background keilmuan Statistika Terapan. Penulis telah menyelesaikan Pendidikan Strata 1 dan 2 di Universitas Padjadjaran, Bandung. Mengampu Mata Kuliah Metodologi Penelitian, Penulisan Karya Ilmiah, Metode Statistika, Statistika Non Parametrik, Ekonometrika, Rancangan

Percobaan, Proses Stokastik, dan Analisis Multivariat. Penulis memiliki pengalaman kerja sebagai PNS Pemkab Batang Hari (2011 – 2020), tepatnya 10 tahun sebelum akhirnya memilih untuk mutasi sebagai Dosen Misbar ke Universitas Jambi, yakni selama 6 Tahun di Bappeda Kabupaten Batang Hari dan selama 4 tahun di Dinas Kominfo Kabupaten Batang Hari sebagai Kasi Statistik Sektorial Daerah dan sebagai Kasi Pengelola Opini dan Aspirasi Publik. Pada saat itu menjadi Founder Majalah Sigma Batang Hari dan menjadi Editor untuk Majalah Media Batang Hari

Telah menulis beberapa artikel media cetak dan online berkontribusi menulis beberapa Buku Referensi, dan juga sekitar 50 Artikel Ilmiah yang berkolaborasi bersama beberapa penulis baik dari Universitas Jambi maupun dengan penulis dari PTN/PTS lainnya di Indonesia. Penulis memiliki 23 Hak Cipta (HKI) dan 2 Paten Sederhana. Penulis juga berperan sebagai Managing Editor pada Multi Proximity: Jurnal Statistika sejak Tahun 2022 hingga saat ini. Aktif Mengikuti berbagai Forum Ilmiah setiap tahunnya, baik Seminar Nasional maupun International Conference.

Penulis dapat dihubungi melalui E-mail: [bunga.mstat08@unja.ac.id](mailto:bunga.mstat08@unja.ac.id)

## **BIODATA PENULIS**



### **Ros Patriani Dewi, M.Psi., Psikolog**

Program Studi Psikologi  
Fakultas Psikologi

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Ros Patriani Dewi, M.Psi., Psikolog adalah lulusan Prodi Psikologi Universitas Gadjah Mada (UGM) tahun 2005 dan meraih gelar Magister Psikologi Profesi dari Universitas Mercu Buana Yogyakarta pada tahun 2016 dengan konsentrasi di bidang Psikologi Industri dan Organisasi (PIO). Saat ini, berprofesi sebagai dosen di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta, mengampu berbagai mata kuliah, di bidang Psikologi. Selain sebagai Dosen, juga aktif sebagai asesor dalam proses rekrutmen, seleksi, dan pengembangan karyawan di berbagai organisasi. Di luar aktivitas mengajar, terlibat dalam penelitian di bidang PIO dan kesejahteraan karyawan, serta menjalankan pengabdian masyarakat. Berbagai karya ilmiahnya telah dipublikasikan di jurnal dan prosiding, baik skala nasional maupun internasional,

mencerminkan dedikasinya dalam mengembangkan Psikologi Industri & Organisasi di Indonesia.

Penulis dapat dihubungi melalui e-mail:  
[yosie.patriani@gmail.com](mailto:yosie.patriani@gmail.com)



## **BIODATA PENULIS**



**Dr.Zulkifli, S.IP, M.Si**

Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Dharmawangsa Medan

Penulis lahir di Bagan Siapi-API Bengkalis Propinsi Riau tanggal 29 Mei 1963. Menyelesaikan Pendidikan Sarjana Ilmu Pemerintahan pada Universitas Terbuka pada tahun 1999, kemudian pendidikan Magister Ilmu Komunikasi pada Universitas Dharma Agung Medan tahun 2011, dan pendidikan Doktorat Ilmu Komunikasi Islam pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara di Medan selesai pada tahun 2018. Sebelumnya penulis pernah bekerja dengan berbagai profesi menyangkut penyiaran televisi pada LPP TVRI Sumatera Utara, Aceh, dan Jawa Timur dengan posisi eselon III. e-mail: [zulkifli224@dharmawangsa.ac.id](mailto:zulkifli224@dharmawangsa.ac.id)

## BIODATA PENULIS



**Netty Widiastuti, M.Psi., Psikolog**

Program Studi Psikologi

Fakultas Psikologi

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Penulis lahir di Metro tanggal 15 April 1996. Menyelesaikan Pendidikan S1 Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta pada tahun 2018. Selanjutnya pendidikan Megister Psikologi Profesi di Universitas mercu Buana Yogyakarta diselesaikan pada tahun 2023. Penulis diamanahkan bekerja sebagai tenaga pendidik di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

Penulis dapat dihubungi melalui e-mail:  
[nettywidiastuti123@gmail.com](mailto:nettywidiastuti123@gmail.com)

## **BIODATA PENULIS**



**Dr. dra. Asri Rejeki, MM, Psikolog**

Program Studi Psikologi

Fakultas Psikologi

Universitas Muhammadiyah Gresik

Penulis lahir di Surabaya tanggal 28 Januari 1968. Menyelesaikan Pendidikan S1 Psikologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga pada tahun 1992. Melanjutkan Pendidikan S2 Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Airlangga pada tahun 1998. Kemudian melanjutkan pendidikan S3 Psikologi di Fakultas Psikologi, Universitas Airlangga Surabaya.

Penulis pernah mengajar di beberapa universitas, antara lain di Universitas Negeri Surabaya, STKIP Cokroaminoto Palopo, Universitas Indonesia Timur Makasar, Universitas Muhammadiyah Palu. Saat ini penulis adalah pengajar

Program Studi Psikologi di Universitas Muhammadiyah Gresik.  
Penulis dapat dihubungi di [rejeki.asri@yahoo.co.id](mailto:rejeki.asri@yahoo.co.id).