

PSIKOLOGI KOMUNIKASI



GRAHA ILMU

Drs. Riswandi, M.Si.

PSIKOLOGI KOMUNIKASI

PSIKOLOGI KOMUNIKASI

oleh : Drs. Riswandi, M.Si.

Edisi Pertama
Cetakan Pertama, 2013

Hak Cipta © 2013 pada penulis,
Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, secara elektronis maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya, tanpa izin tertulis dari penerbit.



GRAHA ILMU

Ruko Jambusari No. 7A
Yogyakarta 55283
Telp. : 0274-889836; 0274-889398
Fax. : 0274-889057
E-mail : info@grahailmu.co.id

Riswandi, Drs., M.Si.

PSIKOLOGI KOMUNIKASI/ Drs. Riswandi, M.Si.

- Edisi Pertama - Yogyakarta; Graha Ilmu, 2013
viii + 148, 1 Jil. : 26 cm.

ISBN: 978-602-262-093-3

1. Komunikasi

I. Judul

KATA PENGANTAR

Materi dalam buku ini berasal dari berbagai sumber literatur dan penulis memperkaya isinya dengan konsep-konsep dan contoh-contoh aktual dalam bidang keilmuan lain sehingga lebih menarik dan bisa dimengerti oleh pembaca yang mempunyai latar belakang yang berbeda, dan mudah dimengerti pula oleh pembaca pada umumnya, sehingga jadilah buku ini seperti apa adanya saat ini. Beberapa pokok bahasan dalam buku ini disertai dengan analisis yang relatif tajam sekaligus merupakan temuan berdasarkan pemahaman dan pengalaman penulis selama mengabdikan diri sebagai pengajar dan pendidik.

Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Jalaludin Rahmat, M.Sc (*Punten..... Kang*) sekaligus mohon perkenannya karena telah menjadikan buku beliau *Psikologi Komunikasi* sebagai rujukan utama bagi penulisan buku ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-sebesarnya kepada Bapak Drs. Jozep Edyanto, S.E., Ak. dan Bapak Paulus Sumartana, S.E. dari Penerbit Graha Ilmu atas dukungannya sehingga buku ini dapat diterbitkan.

Penulis meyakini bahwa segala karya cipta manusia tidak ada yang sempurna karena kesempurnaan hanyalah milik Allah Yang Maha Kuasa. Itulah sebabnya penulis terbuka bagi kritik dan saran yang konstruktif bagi penyempurnaan materi/isi buku ini.

Semoga buku ini dapat menjadi ”sebutir pasir” di tengah kesemestaan keilmuan yang ada sehingga menyumbang bagi pencerahan wawasan keilmuan masyarakat, terutama dalam disiplin psikologi komunikasi.

Jakarta, Pebruari 2013

Drs. Riswandi, M.Si.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP PSIKOLOGI KOMUNIKASI	1
BAB II PENDEKATAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI DAN KOMUNIKASI EFEKTIF	9
BAB III KARAKTERISTIK MANUSIA KOMUNIKAN	21
BAB IV FAKTOR-FAKTOR PERILAKU MANUSIA	39
BAB V PSIKOLOGI DAN SISTEM KOMUNIKASI INTRAPERSONAL	47
BAB VI PSIKOLOGI DAN SISTEM KOMUNIKASI INTERPERSONAL	61
BAB VII PSIKOLOGI DAN SISTEM KOMUNIKASI KELOMPOK	71
BAB VIII PSIKOLOGI KOMUNIKATOR	79
BAB IX PSIKOLOGI PESAN	87
BAB X MOTIVASI DAN KOMUNIKASI	97
BAB XI FAKTOR-FAKTOR REAKSI KHALAYAK PADA MEDIA MASSA	105
BAB XII EFEK KOGNITIF MEDIA MASSA	113
BAB XIII EFEK AFEKTIF MEDIA MASSA	121
BAB XIV KARAKTERISTIK KHALAYAK	127
BAB XV KARAKTERISTIK SALURAN KOMUNIKASI	137
DAFTAR PUSTAKA	141
INDEKS	145

BAB I

PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP PSIKOLOGI KOMUNIKASI

1.1 DEFINISI KOMUNIKASI

Kata atau istilah komunikasi (Bahasa Inggris *communication*) berasal dari Bahasa Latin *communicatus* atau *communicatio* atau *communicare* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Dengan demikian, kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan. Menurut *Webster New Collogiate Dictionary* komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku.

Berikut ini adalah beberapa definisi tentang komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli:

1. Carl Hovland, Janis & Kelley

Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak).

2. Bernard Berelson & Gary A. Steiner

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka dan lain-lain.

3. Harold Lasswell

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa mengatakan apa dengan saluran apa, kepada siapa, dan dengan akibat apa atau hasil apa. (*who says what in which channel to whom and with what effect*).

4. Barnlund

Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.

5. Weaver

Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya.

6. Gode

Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari semula yang dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih.

Dari berbagai definisi tentang ilmu komunikasi tersebut di atas, terlihat bahwa para ahli memberikan definisinya sesuai dengan sudut pandangnya dalam melihat komunikasi. Masing-masing memberikan penekanan arti, ruang lingkup dan konteks yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa, ilmu komunikasi sebagai bagian dari ilmu sosial adalah suatu ilmu yang bersifat multi-disipliner.

Definisi Hovland Cs memberikan penekanan bahwa tujuan komunikasi adalah mengubah atau membentuk perilaku. Definisi Berelson dan Steiner menekankan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian, yaitu penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain.

- Definisi Lasswell secara eksplisit dan kronologis menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam komunikasi, yaitu:
- Siapa (pelaku komunikasi pertama yang mempunyai inisiatif atau sumber.
- Mengatakan apa (isi informasi yang disampaikan)
- Kepada siapa (pelaku komunikasi lainnya yang dijadikan sasaran penerima)
- Melalui saluran apa (alat/saluran penyampaian informasi)
- Dengan akibat/hasil apa (hasil yang terjadi pada diri penerima)

Definisi Lasswell ini juga menunjukkan bahwa komunikasi itu adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Berdasarkan definisi Lasswell ini dapat diturunkan 5 unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu:

1. Sumber (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoding*), komunikator, pembicara (*speaker*) atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau negara.
2. Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber tersebut. Pesan mempunyai 3 komponen, yaitu makna, digunakan untuk menyampaikan pesan, dan bentuk atau organisasi pesan.
3. Saluran atau media, yaitu alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Pada dasarnya saluran komunikasi manusia adalah 2 saluran, yaitu cahaya dan suara. Saluran juga merujuk pada cara penyampaian pesan, apakah langsung (tatap muka) atau lewat media (cetak dan elektronik).
4. Penerima (*receiver*) sering juga disebut sasaran/tujuan (*destination*), komunika, penyandi balik (*decoder*) atau khalayak, pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), yaitu orang yang menerima dari