

Ni Putu Sinta Dewi, Sukatin, Wida Nofiasari, M. Ramadhana Reksoprodjo,
Yudho Bawono, Alexander Indrakusuma Linggi, Muhamad Rosit,
Yasermi Syahrul, Maya Sari, Maria Septian Riasanti Mola,
Syamsuddin Aziz

PSIKOLOGI KOMUNIKASI



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

Ni Putu Sinta Dewi, Sukatin, Wida Nofiasari, M. Ramadhana Reksoprodjo,
Yudho Bawono, Alexander Indrakusuma Linggi, Muhamad Rosit,
Yasermi Syahrul, Maya Sari, Maria Septian Riasanti Mola,
Syamsuddin Aziz



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

Tim Penulis:

**Ni Putu Sinta Dewi, Sukatin, Wida Nofiasari, M. Ramadhana Reksoprodjo,
Yudho Bawono, Alexander Indrakusuma Linggi, Muhamad Rosit,
Yasermi Syahrul, Maya Sari, Maria Septian Riasanti Mola,
Syamsuddin Aziz**

Desain Cover:

Fawwaz Abyan

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

**Handarini Rohana
Neneng Sri Wahyuni**

Editor:

Evi Damayanti

ISBN:

978-623-500-304-7

Cetakan Pertama:

Juli, 2024

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga buku "Psikologi Komunikasi" ini dapat terselesaikan dan hadir di hadapan pembaca sekalian. Buku ini hadir sebagai upaya untuk memperkaya pemahaman kita mengenai interaksi manusia melalui perspektif psikologi, yang diharapkan dapat memberikan wawasan baru serta memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang ini.

Buku ini terdiri dari beberapa bab yang dirancang untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai berbagai aspek psikologi komunikasi. Pembahasan diawali dengan Pendahuluan dan Pengenalan Psikologi Komunikasi, yang memberikan gambaran umum tentang apa itu psikologi komunikasi dan pentingnya dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya, di bab Peran Psikologi Komunikasi, dibahas bagaimana psikologi berperan dalam proses komunikasi antar manusia.

Bab Konsep Psikologi tentang Manusia menggali lebih dalam mengenai pandangan psikologi terhadap perilaku manusia, yang dilanjutkan dengan Faktor Personal dan Situasional yang Mempengaruhi Perilaku Manusia, di mana dijelaskan berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku manusia dalam konteks komunikasi. Sensasi dan Persepsi mengulas bagaimana manusia merasakan dan menginterpretasikan stimuli dari lingkungan mereka. Pada bab Memori dan Proses Berpikir, dibahas proses kognitif yang terlibat dalam mengingat dan berpikir, yang sangat penting dalam komunikasi.

Persepsi Interpersonal dan Konsep Diri menjelaskan bagaimana individu mempersepsikan orang lain dan diri mereka sendiri dalam interaksi sosial. Bab Atraksi Interpersonal dan Hubungan Interpersonal mengupas faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan antar individu dan bagaimana hubungan interpersonal terbentuk. Kelompok dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Komunikasi serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keefektifan Komunikasi Kelompok membahas dinamika kelompok dan pengaruhnya terhadap komunikasi individu dalam kelompok. Terakhir, bab Efek Komunikasi Massa menyoroti dampak media

massa terhadap perilaku dan psikologi individu serta masyarakat, sementara Psikologi Komunikasi dan Psikologi Pesan mengulas peran pesan dalam komunikasi.

Dalam kesempatan ini, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terwujudnya buku ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga, kolega, dan para pakar yang telah memberikan masukan serta dorongan. Kami juga berterima kasih kepada para pembaca yang telah meluangkan waktu untuk membaca dan memahami isi buku ini.

Kami berharap buku ini dapat menjadi sumber referensi yang bermanfaat bagi para mahasiswa, akademisi, praktisi, dan siapa saja yang tertarik untuk mendalami psikologi komunikasi. Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik komunikasi yang lebih efektif dan manusiawi.

Juli, 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 PENDAHULUAN DAN PENGENALAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI	1
A. Pendahuluan	2
B. Pemahaman Psikologi Komunikasi	4
C. Pentingnya Psikologi Komunikasi	7
D. Sejarah dan Perkembangan Psikologi Komunikasi	9
E. Tujuan dan Manfaat mempelajari Psikologi Komunikasi	10
F. Pengenalan Psikologi Komunikasi	12
G. Pengertian Komunikasi	12
H. Teori-teori Dasar Psikologi Komunikasi	13
I. Proses dan Model Komunikasi	15
J. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Komunikasi	16
K. Peran Psikologi Dalam Komunikasi	18
L. Rangkuman Materi	20
BAB 2 PERAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI	23
A. Pengertian Psikologi Komunikasi	24
B. Hubungan Psikologi Dengan Komunikasi	25
C. Tujuan Psikologi Komunikasi	26
D. Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi	26
E. Kaitan Psikologi Dengan Komunikasi	28
F. Ciri-Ciri Pendekatan Psikologi Komunikasi	30
G. Psikologi Komunikator	31
H. Penggunaan Psikologi Komunikasi	33
I. Rangkuman Materi	35
BAB 3 KONSEPSI PSIKOLOGI TENTANG MANUSIA	39
A. Pendahuluan	40
B. Konsepsi Manusia Menurut Psikologi	47
C. Rangkuman Materi	53

BAB 4 FAKTOR PERSONAL DAN SITUASIONAL YANG MEMPENGARUHI PERILAKU MANUSIA	57
A. Pendahuluan.....	58
B. Berbagai Pendekatan Psikologi	58
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Manusia.....	59
D. Rangkuman Materi	70
BAB 5 SENSASI DAN PERSEPSI	73
A. Pendahuluan.....	74
B. Pengertian Sensasi.....	75
C. Proses Sensasi.....	76
D. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Sensasi	78
E. Pengertian Persepsi.....	79
F. Proses Persepsi.....	80
G. Persepsi Visual.....	81
H. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Persepsi	86
I. Rangkuman Materi	87
BAB 6 MEMORI DAN PROSES BERPIKIR.....	89
A. Pendahuluan.....	90
B. Memori	90
C. Berpikir	96
D. Peran Memori dan Proses Berpikir Dalam Komunikasi.....	100
E. Rangkuman Materi	102
BAB 7 PERSEPSI INTERPERSONAL DAN KONSEP DIRI	107
A. Persepsi Interpersonal.....	108
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Interpersonal	109
C. Konsep Diri.....	111
D. Rangkuman Materi	123
BAB 8 ATRAKSI INTERPERSONAL DAN HUBUNGAN INTERPERSONAL	125
A. Pendahuluan.....	126
B. Teori Atraksi.....	126
C. Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>).....	127
D. Atraksi Interpersonal	129
E. Faktor Yang Mempengaruhi Atraksi Interpersonal	130
F. Pengaruh Atraksi Interpersonal Pada Komunikasi Interpersonal.....	132

G. Hubungan Interpersonal.....	133
H. Rangkuman Materi	144
BAB 9 KELOMPOK DAN PENGARUHNYA	
TERHADAP PERILAKU KOMUNIKASI	147
A. Pendahuluan.....	148
B. Definisi Kelompok.....	149
C. Klasifikasi Kelompok	151
D. Kelompok dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Komunikasi.....	154
E. Rangkuman Materi	159
BAB 10 FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI	
KEEFEKTIFAN KOMUNIKASI KELOMPOK.....	163
A. Komunikasi Kelompok	164
B. Struktur dan Ukuran Kelompok	168
C. Klasifikasi Kelompok Dari Segi Psikologi Komunikasi	170
D. Dinamika Interpersonal Dalam Kelompok.....	173
E. Pengaruh Lingkungan dan Teknologi.....	175
F. Rangkuman Materi	176
BAB 11 EFEK KOMUNIKASI MASSA	179
A. Pendahuluan.....	180
B. Efek Kognitif.....	181
C. Efek Afektif	187
D. Efek Perilaku	193
E. Rangkuman Materi	200
BAB 12 PSIKOLOGI KOMUNIKASI DAN PSIKOLOGI PESAN.....	205
A. Pendahuluan.....	206
B. Konsep Dasar Psikologi Pesan	210
C. Teori dan Model Dalam Psikologi Pesan	216
D. Pengaruh Psikologi Pesan Terhadap Praktik Komunikasi	221
E. Rangkuman Materi	224
GLOSARIUM	230
PROFIL PENULIS	234



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

BAB 1: PENDAHULUAN DAN PENGENALAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI

Ni Putu Sinta Dewi, M.I.Kom.

Universitas Bumigora

BAB 1

PENDAHULUAN DAN PENGENALAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI

A. PENDAHULUAN

Psikologi sebagai ilmu tentang perilaku manusia memegang peranan penting dalam ilmu komunikasi. Ilmu psikologi menggunakan teori perilaku sebagai dasar untuk menjelaskan lahirnya perilaku berkomunikasi. Perilaku manusia erat kaitannya dengan cara ketika berkomunikasi secara intrapersonal (dengan diri sendiri), interpersonal (antar individu), dan antar kelompok. Komunikasi merupakan suatu peristiwa sosial, suatu peristiwa yang terjadi ketika individu berinteraksi satu sama lain.

Apabila ditelaah dari aspek pemahaman terkait dengan psikologi sosial merupakan bidang yang mempelajari perilaku manusia dalam konteks sosial. Analisis psikologis terhadap peristiwa sosial ini membawa pada ranah interaksi dan perilaku manusia. Oleh karena itu, psikologi komunikasi sering dianggap sebagai bagian dari psikologi sosial. Hal ini karena keduanya berusaha memahami dan menjelaskan interaksi manusia dan bagaimana itu memengaruhi perilaku individu dan kelompok. Psikologi menyediakan fondasi penting untuk memahami dinamika komunikasi manusia.

Komunikasi merupakan peristiwa sosial, peristiwa yang terjadi ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain. Menganalisis peristiwa sosial secara psikologis terhubung dengan psikologi sosial.

Psikologi komunikasi cenderung menjadi bagian dari psikologi sosial. Oleh karena itu, pendekatan psikologi komunikasi juga mengacu pada pendekatan psikologi sosial (Maryam & Paryontri, 2020).

Komunikasi merupakan peristiwa sosial yang terjadi ketika individu berinteraksi dengan orang lain. Ketika dianalisis peristiwa sosial ini dari perspektif psikologis tentu memasuki ranah psikologi sosial. Dalam konteks ini, psikologi komunikasi sering dianggap sebagai bagian dari psikologi sosial karena keduanya berfokus pada bagaimana interaksi sosial

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruqy, M. Z. (2020). Buku Ajar Psikologi Komunikasi. Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Anisah, N., Padillah, S. P., Barus, P., & Sepriandito, R. (2022). Psikologi Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1705–1715), 157. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11940>
- M Suardi. (2017). ANALISIS MANAJEMEN HUMAS DALAM UPAYA MENINGKATKAN. *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 117–126.
- Maryam, E. W., & Paryontri, R. A. (2020). Buku Ajar. Umsida Press.
- Pebriany, S. A. (2023). Penerapan Psikologi Komunikasi dalam Mengatasi Gangguan Kesehatan Mental pada Generasi Milenial. *Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi*, 04(01), 34–43.
- Setiana, N. A. (2018). Psikologi Komunikasi dalam Penerapan Nilai-nilai ke Islaman di Sekolah. *Jurnal Peurawi*, 1(1), 1–13. <http://jurnal.ar-raniry.ac.id>
- Suardi, H. (2023). Peran Psikologi Komunikasi dalam Pembelajaran. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 6(1), 113–128.
- Zulkarnain. (2015). Psikologi dan Komunikasi Mass. *Jurnal Tasamuh*, 13(1), 45–58. <https://media.neliti.com/media/publications/41866-ID-psikologi-dan-komunikasi-massa.pdf>



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

BAB 2: PERAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI

Dr. Sukatin, S.Pd.I., M.Pd.I.

Institut Agama Islam Nusantara Batang Hari Jambi

BAB 2

PERAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI

A. PENGERTIAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI

Secara terminology komunikasi adalah (*communication is the whole process used to reach other minds*) seluruh proses yang dipergunakan untuk mencapai pikiran-pikiran orang lain.¹

Komunikasi merupakan bagian dalam interaksi kehidupan sehari-hari, aktivitas yang bersifat dinamis dan interaktif. Komunikasi merupakan suatu hal yang mendasar dalam kehidupan manusia, bahkan komunikasi telah menjadi suatu kejadian bagi terbentuknya suatu Masyarakat atau komunitas yang telah dipertemukan oleh informasi, di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi untuk mencapai tujuan bersama. Jadi komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh sang komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Komunikasi merupakan peristiwa sosial, yaitu peristiwa yang terjadi ketika seorang individu berinteraksi dengan individu lainnya. Analisis terhadap peristiwa sosial secara psikologis, mengarah pada psikologi sosial. Posisi psikologi komunikasi memang cenderung menjadi bagian dari psikologi sosial. Oleh karena itu, pendekatan dalam psikologi komunikasi juga menggunakan pendekatan dalam psikologi sosial.²

Psikologi sebagai ilmu tentang perilaku manusia salah satu pemeran utama dalam kajian komunikasi. Psikologi menggunakan teori-teori tentang perilaku sebagai pondasi dasar yang menjelaskan bagaimana dan mengapa manusia melakukan komunikasi. Perilaku manusia juga berkaitan

¹ Wursanto, Etika Komunikasi kantor, (Yogyakarta: kanisius 1994), hlm 4

² Effy wardati Maryam, buku ajar psikologi komunikasi (jawa timur: UMSIDA Press September 2020 hlm. 2

DAFTAR PUSTAKA

- Angelia Putriana dkk, *Psikologi komunikasi*. yayasan kita menulis, 2021.
- Effy Wardati Maryam, *buku ajar psikologi komunikasi*. Jawa timur: UMSIDA Press September 2020.
- Effy Wardati. M dan Ramon Ananda. P, *Buku Ajar Psikologi Komunikasi*, (Sidoarjo: UMSIDA Press, 2020).
- Ema Zati Baroroh. *Psikologi Komunikasi*, Kendari: cv eureka Media Aksara. 2023.
- Fitriyanti, *Psikologi komunikasi*. Lampung: CV Agree media publishing. 2021.
- Husni Ritonga, *Psikologi komunikasi*. Medan: Perdana Publishing. 2019.
- ¹N. Anisah et al. (2022). *Psikologi Komunikasi*, Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen. 2 (1)
- Wursanto, *etika komunikasi kantor*. Yogyakarta: Kanisius 1994.
- Zufahandi, Ririn ariyanti, *Psikologi komunikasi plus uji profil kepribadian*. Jawa Tengah: CV Amerta Media. 2020.



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

BAB 3: KONSEPSI PSIKOLOGI TENTANG MANUSIA

Wida Nofiasari, M.I.Kom.

Universitas Media Nusantara Citra

BAB 3

KONSEPSI PSIKOLOGI TENTANG MANUSIA

A. PENDAHULUAN

Psikologi pada dasarnya melihat manusia dari aspek kesadaran dan pengalaman hidup, sehingga para psikolog mengarahkan penelitiannya kepada bagaimana sikap dan perilaku manusia. Dalam konteks komunikasi, para psikolog berusaha meneliti sejauhmana sikap dan perilaku individu komunikasi, komunikator dan pesan yang terkandung diantara keduanya. Fisher (1986) menjelaskan ada empat pendekatan psikologi pada komunikasi, antara lain (1) Penerimaan stimuli secara individual; (2) proses yang mengantarkan stimuli dan respons; (3) prediksi respons; (4) peneguhan respons. Sementara itu, disebabkan sifat komunikasi yang mampu berkolaborasi dengan berbagai disiplin keilmuan termasuk psikologi, maka seringkali komunikasi dikaji melalui empat perspektif fundamental meliputi pandangan pragmatis, psikologis, interaksional dan mekanistik.

Komunikasi seringkali melibatkan proses lahiriah dan batiniah, yang dalam psikologi konsep batiniah disebut sebagai jiwa. Manusia dipelajari kejiwaannya, sehingga perilaku manusia merupakan manifestasi dari kejiwaannya tersebut. Dalam konteks inilah, manusia sebagai komunikator dan komunikasi dapat dipelajari melalui aspek psikologi. Psikologi komunikasi diartikan sebagai ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan dan mengendalikan peristiwa mental dan perilaku manusia dalam berkomunikasi (Miller, 2015). Menguraikan dibutuhkan untuk melihat apa yang terjadi dalam diri manusia sehingga memungkinkan terjadinya proses komunikasi. Sedangkan meramalkan merupakan upaya memprediksi bentuk perilaku apa yang muncul dari stimulus kepada individu, sehingga terlihat kondisi psikologis individu dalam menerima informasi yang diberikan. Mengendalikan berkaitan dengan sejauhmana intervensi yang dibutuhkan agar komunikasi memiliki efek tertentu sesuai

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruqy, M. Z. (n.d.). BIODATA PENULIS. *PSIKOLOGI KOMUNIKASI*, 151.
- DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course*. Pearson.
- Fisher, B. A. (1986). Teori-teori komunikasi. *Bandung: Remaja Karya*.
- Freud, S. (1987). Memperkenalkan Psikoanalisa (diterjemahkan K. Barten). *Jakarta: Gramedia*.
- Hock, R. R. (1995). *Forty studies that changed psychology: Explorations into the history of psychological research*. Prentice-Hall, Inc.
- Miller, G. A. (2015). Psychology, language, and levels of communication. In *Human communication* (pp. 1–17). Routledge.
- Putriana, A., Kasoema, R. S., Mukhoirotin, M., Gandasari, D., Retnowuni, A., Aminah, R. S., Wiyati, E. K., Kato, I., Akbar, M. F., & Sari, I. M. (2021). *Psikologi Komunikasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Rakhmat, J. (2005). Psikologi Komunikasi edisi revisi. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Rakhmat, J. (2018). Psikologi Komunikasi (Revisi). *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*.
- Runyon, R. P., & Haber, A. (1984). *Psychology of adjustment*. Illinois: The Dorsey Press.
- Tubbs, S., Moss, S., & Papastefanou, N. (2012). *EBOOK: Human Communication: South African edition*. McGraw Hill.
- Yanti, F. (2022). *Psikologi Komunikasi*. Agree Media Publishing.
- Zimbardo, P. G. (1969). The human choice: Individuation, reason, and order versus deindividuation, impulse, and chaos. *Nebraska Symposium on Motivation*.



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

BAB 4: FAKTOR PERSONAL DAN SITUASIONAL YANG MEMPENGARUHI PERILAKU MANUSIA

M. Ramadhana Reksoprodjo, S.Psi., M.Si.

Fakultas Psikologi Universitas Pancasila

BAB 4

FAKTOR PERSONAL DAN SITUASIONAL YANG MEMPENGARUHI PERILAKU MANUSIA

A. PENDAHULUAN

Komunikasi efektif bisa dilihat dari kesuksesan informasi yang tersampaikan kepada lawan komunikasinya, oleh karena itu, dengan mempertimbangkan pelaku komunikasi adalah manusia, kesuksesan komunikasi bisa dibantu dengan memahami manusianya sebagai pelaku komunikasi. Manusia sebagai manusia komunikasi atau pelaku komunikasi, akan melakukan komunikasi yang mewakili kondisi psikologisnya masing-masing, jika seseorang tersebut sedang merasa senang, maka bentuk komunikasinya pun juga akan menunjukkan kesenangannya. Begitu pula sebaliknya dengan kesedihan yang dirasa, akan terwakili dari bentuk komunikasi yang mewakili perasaan sedihnya.

B. BERBAGAI PENDEKATAN PSIKOLOGI

Psikologi telah banyak melahirkan teori-teori yang membantu memahami perilaku manusia, seperti pendekatan psikoanalisis, behaviorisme, psikologi kognitif, dan psikologi humanistik. Setiap pendekatan ini melihat dan memahami perilaku manusia dengan cara yang berlainan, seperti pendekatan psikoanalisis yang melihat perilaku manusia dari struktur jiwa manusia, yang mana adanya dinamika antara dorongan instink (Id) dengan pertimbangan moralnya (superego), lalu pendekatan behaviorisme yang melihat manusia dari perilaku yang tampak saja, kemudian psikologi kognitif yang melihat manusia bukan lagi makhluk yang pasif pada lingkungan, tetapi sebagai makhluk yang selalu berusaha memahami lingkungannya; sebagai makhluk yang selalu berpikir, dan pendekatan humanistik yang melihat manusia sebagai makhluk yang bisa berkembang berdasarkan pandangan subjektifnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Allport, F.H. (1924). *Social Psychology*, Boston; Houghton Mifflin, 1955
Theories of Perception and The Concept of Structure. New York; Wiley
- Khairani, M. (2015). Psikologi Komunikasi Dalam Pembelajaran. Yogyakarta. Aswaja Pressindo.
- Papalia, D.E. (2014). Menyelami Perkembangan Manusia Edisi 12 Buku 2. Jakarta Selatan: Mc Graw Hill Education
- Papalia, D. E., Old s, S. W., & Feldman, R. D. (2009). *Human Development* Perkembangan Manusia. Jakarta: Salemba Humanika.
- Santrock, J. W. (2002). *Life-span Development* Perkembangan Masa Hidup Edisi Kelima. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sherif, M. dan C.W. Sherif. (1956). *An Outline of Social Psychology. Rev, ed.*, New York; Harper & Row
- Rakhmat, J. (2011). Psikologi Komunikasi Bandung; PT. Remaja Rosdakarya.



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

BAB 5: SENSASI DAN PERSEPSI

Dr. Yudho Bawono, S.Psi., M.Si.

Universitas Trunojoyo Madura

BAB 5

SENSASI DAN PERSEPSI

A. PENDAHULUAN

Dalam membicarakan sensasi dan persepsi, orang sering kali menganggap bahwa kedua peristilahan tersebut merupakan hal yang sama. Padahal kedua peristilahan itu berbeda. Hal ini sebagaimana dikemukakan Irwanto (2002) yang menyebutkan bahwa seseorang akan menangkap berbagai gejala di luar dirinya melalui lima indra yang dimiliki. Proses penerimaan rangsang ini disebut dengan pengindraan (*sensation*). Namun, pengertian akan lingkungan atau dunia di sekitar bukan sekedar hasil pengindraan. Ada unsur interpretasi terhadap rangsang-rangsang yang diterima. Rangsang-rangsang yang diterima inilah yang menyebabkan seseorang mempunyai suatu pengertian terhadap lingkungan. Proses diterimanya rangsang (objek, kualitas, hubungan antargejala, maupun peristiwa) sampai rangsang itu disadari dan dimengerti disebut persepsi (*perception*).

Sensasi (*sensation*) adalah deteksi energi fisik yang dihasilkan atau dipantulkan oleh benda-benda fisik. Sel-sel tubuh yang melakukan deteksi ini terletak pada organ indrawi – mata, telinga, hidung, kulit, dan jaringan internal tubuh. Sementara persepsi (*perception*) yaitu sekumpulan tindakan mental yang mengatur impuls-impuls sensorik menjadi suatu pola bermakna (Wade & Tavris, 2007). Lebih lanjut, Mahmud (dikutip Sobur, 2011) mengemukakan bahwa proses sensasi dan persepsi itu berbeda. Sensasi adalah penerimaan stimulus lewat alat indra, sedangkan persepsi adalah menafsirkan stimulus yang telah ada di dalam otak. Pada setiap individu, meskipun alat untuk menerima stimulus itu serupa, namun interpretasinya bisa saja berbeda.

Secara sederhana, Sarwono (2010) mengemukakan bahwa sensasi adalah stimulan dari dunia luar yang dibawa masuk ke dalam sistem syaraf. Hampir semua hal di dunia ini dibawa masuk oleh indra melalui sensasi.

faktor tersebut, pendapat lain menyebutkan, faktor-faktor yang memengaruhi persepsi seseorang dapat dikategorikan menjadi faktor fungsional, faktor struktural, faktor situasional, dan faktor personal.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Apakah yang disebut dengan sensasi? Uraikan pula proses terjadinya sensasi!
2. Sebutkan dan jelaskan faktor-faktor yang memengaruhi sensasi!
3. Apakah yang disebut dengan persepsi? Uraikan pula proses terjadinya persepsi!
4. Organisasi dalam persepsi mengikuti beberapa prinsip. Sebutkan dan jelaskan apa saja!
5. Sebutkan dan jelaskan faktor-faktor yang memengaruhi persepsi!

DAFTAR PUSTAKA

- Irwanto. (2002). Psikologi umum: Buku panduan mahasiswa. Jakarta: PT Prenhallindo
- Kumara, A. R. (2019). Komunikasi antarpribadi. Yogyakarta: FKIP Universitas Ahmad Dahlan
- Rahayu, E. T. (2019). Keefektifan permainan konstruktif terhadap kemampuan persepsi visual siswa tunagrahita tipe sedang kelas VI A SDLB di SLB Negeri 2 Yogyakarta. *Jurnal Widia Ortodidaktika Vol 8 (3)*, 249-261
- Sarwono, S. W. (2010). Pengantar psikologi umum. Jakarta: Rajawali Pers
- Sobur, A. (2011). Psikologi umum. Bandung: Penerbit Pustaka Setia
- Sugarni, M. (2023). Proses persepsi: *Attention* (dalam Herdiani, R. T. dkk.: Psikologi kognitif). Purbalingga: Penerbit CV. Eureka Media Aksara
- Wade, C. & Tavris, C. (2007). Psikologi. Edisi ke-9. Jakarta: Penerbit Erlangga



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

BAB 6: MEMORI DAN PROSES BERPIKIR

Alexander Indrakusuma Linggi, M.Psi., Psikolog.

Fakultas Psikologi, Universitas Atma Jaya Makassar

BAB 6

MEMORI DAN PROSES BERPIKIR

A. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aktivitas mendasar yang dilakukan oleh manusia dan hal ini merupakan fenomena yang terjadi sehari-hari. Manusia berkomunikasi sepanjang waktu sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses yang terjadi terus menerus. Komunikasi adalah suatu proses sistemik di mana individu berinteraksi dengan dan melalui simbol untuk menciptakan dan menafsirkan makna (Wood, 2018). Psikologi komunikasi merupakan bidang yang melakukan kajian terhadap komunikasi dengan prinsip psikologi. Tujuan psikologi komunikasi adalah menganalisis, menjelaskan, dan prediksi proses serta hasil komunikasi dengan memperhatikan faktor psikologis yang relevan. Faktor psikologis tersebut dapat berupa pengalaman, kognisi, dan perilaku individu serta karakteristik lingkungan/situasi di mana komunikasi berlangsung (Röhner & Schütz, 2024). Pada faktor kognisi, terdapat dua aspek yang penting yang terlibat dalam komunikasi yaitu memori dan berpikir. Memori mengacu pada bagaimana suatu informasi disimpan dan dipanggil kembali sedangkan berpikir adalah aktivitas pemrosesan informasi yang ada dalam memori untuk suatu tujuan tertentu. Pembahasan mengenai memori akan mencakup tentang memori sensoris, memori jangka pendek / memori kerja, memori jangka panjang kemudian lupa dan *memory error*. Pembahasan mengenai berpikir akan mencakup penalaran masalah, pemecahan masalah dan berpikir kreatif.

B. MEMORI

Memori dapat dianggap sebagai sistem pengarsipan informasi yang diatur dengan cara berbeda (misalnya, pengelompokan bentuk, atau warna), bergantung pada cara pengkodean dan pengambilannya. Memori kadang dipahami sebagai “benda”; suatu unit penyimpanan atau struktur

DAFTAR PUSTAKA

- Baddeley, A. D. (2017). The concept of working memory. In *Exploring Working Memory* (pp. 99–106). Routledge.
- Gazzaniga, M. S. (2009). *The Cognitive Neurosciences*. MIT Press.
- Kandel, E. R., & Hawkins, R. D. (1992). The Biological Basis of Learning and Individuality. *Scientific American*, 267(3), 78–87.
- McBride, D. M., & Cutting, J. C. (2018). *Cognitive Psychology*. SAGE Publications.
- Mildner, V. (2008). *The Cognitive Neuroscience of Human Communication*. Taylor & Francis.
- Robertson, S. I. (2021). *Human Thinking. The Basics*. Routledge.
- Röhner, J., & Schütz, A. (2024). *Psychology of Communication*. Springer Nature.
- Schacter, D. L. (2002). *The seven sins of memory: How the mind forgets and remembers*. New York: Houghton Mifflin Harcourt.
- Wood, J. T. (2018). *Communication in Our Lives*. Cengage Learning.



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

BAB 7: PERSEPSI INTERPERSONAL DAN KONSEP DIRI

Muhamad Rosit, M.Si.

Universitas Pancasila

BAB 7

PERSEPSI INTERPERSONAL DAN KONSEP DIRI

A. PERSEPSI INTERPERSONAL

Dalam pengertian Psikologi menganggap persepsi sebagai proses mencari pemahaman. Penginderaan, seperti penglihatan, pendengaran, dan peraba, berfungsi sebagai sumber informasi. Sebaliknya, kesadaran atau kognisi berfungsi sebagai sumber informasi untuk memahaminya (Sarwono, 2002: 94).

Persepsi kita bukan hanya dokumentasi kejadian atau objek. Interpretasi kita tentang sensasi dipengaruhi oleh kebutuhan, kondisi mental, perasaan emosional, dan budaya kita. Dengan kata lain, faktor-faktor individu dan situasional memengaruhi persepsi. Namun, percept tidak selalu sama dengan distal stimuli karena objek atau kejadian di dunia luar disebut sebagai distal stimuli dan persepsi kita tentang mereka disebut percept. Fritz Heider menyebut proses konstruktif sebagai proses subyektif yang secara aktif menafsirkan stimuli. Faktor-faktor ini termasuk faktor biologis dan sosiopsikologis individu yang melakukan persepsi.

Setelah itu, di kalangan psikolog sosial muncul aliran baru yang dikenal sebagai *New Look*, yang meneliti bagaimana faktor sosial memengaruhi persepsi individu, bukan hanya pada objek mati, tetapi juga pada objek sosial. Dari sinilah istilah "persepsi sosial" muncul, yang berarti "*role of socially generated influences on the basic processes of perception*". Dalam perkembangannya, aliran ini tidak hanya konsentrasi sebatas faktor-faktor sosial yang memengaruhi persepsi, akan tetapi juga memengaruhi terhadap obyek-obyek dan juga berbagai peristiwa sosial (Setyaningsih. 2019: 128).

DAFTAR PUSTAKA

- Rakhmat, Jalaluddin. (2018). Psikologi Komunikasi (Edisi Revisi). Simbiosia Rekatama Media. Bandung.
- Armando, Nina M. 2022. Psikologi Komunikasi. Tangerang Selatan. Penerbit Universitas Terbuka.
- Setyaningsih, Rila. 2019. Psikologi Komunikasi: Suatu Pengantar dan Perspektif Islam. Ponorogo. Unida Gontor Press.
- Sarwono, Wirawan Sarlito. 2002. *Psikologi Sosial: Individu dan Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta. Balai Pustaka.
- Delima, Elis Yulianti. Analisa Persepsi Interpersonal Karyawan PT. Minu Garment Sukses pada penggunaan Kata Umpatan Korea. Vol 8, No.10 Oktober 2023.
- Pratama, R. Z., Mudjiyanto, B., Sitinah, S., Fernando, J., & Sandi, F. (2020). *Pembentukan Konsep Diri Siswa Sma Melalui Media Sosial Instagram*. *Komunikata*57, 1 (1), 42–49.
- Rahmi, Junaidin, Irham. *Peran Media Sosial Facebook dan Instagram dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja di Kota Bima*. JSIM: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan. Vol. 4, No. 6, Januari 2024



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

BAB 8: ATRAKSI INTERPERSONAL DAN HUBUNGAN INTERPERSONAL

Yasermi Syahrul, S.Pd., M.Sn.

Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang

BAB 8

ATRAKSI INTERPERSONAL DAN HUBUNGAN INTERPERSONAL

A. PENDAHULUAN

Seorang individu jika memiliki ketertarikan pada individu lain akan mulai mencoba berbagai cara agar dapat melakukan pendekatan dan mengembangkan komunikasi dengannya, pertanyaan yang mungkin hadir adalah mengapa hal tersebut terjadi? Apa yang menjadi daya tarik individu lain tersebut? Faktor apa yang menjadi pemicu ketertarikan pada individu lain tersebut? Hal tersebut hadir karena adanya atraksi interpersonal. Atraksi interpersonal adalah rasa suka, sikap positif, dan daya tarik terhadap orang lain, yang muncul karena faktor-faktor personal maupun situasional. Semakin kita tertarik pada seseorang, semakin besar kecenderungan kita untuk berkomunikasi dengannya.

Kefektifan komunikasi hadir berdasarkan hubungan interpersonal yang baik. Dalam melakukan komunikasi tidak hanya menyampaikan isi pesan, melainkan menjalin hubungan interpersonal yang memiliki kualitas. Hubungan interpersonal adalah interaksi timbal balik antara dua orang atau lebih dalam proses komunikasi. Jadi, dalam komunikasi, kita tidak hanya berfokus pada isi pesan, tetapi juga pada hubungan yang terjalin. Berdasarkan sudut pandang psikologi komunikasi, dapat disimpulkan bahwa semakin baik hubungan interpersonal, semakin terbuka seseorang untuk mengungkapkan dirinya, semakin akurat persepsi mereka tentang orang lain dan diri sendiri, sehingga komunikasi yang terjadi menjadi lebih efektif.

B. TEORI ATRAKSI

Teori atraksi menjelaskan bahwa orang akan cenderung menjalin relasi dengan orang lain yang dianggap menarik berdasarkan beberapa faktor utama. Teori ini dapat diaplikasikan pada relasi secara *online*

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruqy, M. Z. (2015). *Buku Ajar Psikologi Komunikasi*. Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Ema Zati Baroroh, Mk., Psi, S., Psi, M., Anita Rosanty SST, P., Desni Yuniarni, Mk., MPsi Psikolog Sri Musriniawati Hasan, Sp., Wa Ode Nova Noviyanti Rachman, Mm., Linda Fajriah Psi, Mk. S., Mimi Yati, M., Dwi Yanthi, Mk., Sari Pratiwi, D., Israyana, Mk., Armayani SKepNsMKes Suzanna, Mk., & Reni Nurhayati, Mk. (2023). *Psikologi Komunikasi*. CV. Eureka Media AKsara.
- Gandasari, D., Sari, I. M., Maret, U. S., & Kato, I. K. (2021). *Psikologi Komunikasi*.
- Maryam, E. W., & Paryontri, R. A. (2015). *Buku Ajar Psikologi Komunikasi*.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Ritonga, H. (2019). *Psikologi Komunikasi*. Perdana Publishing.
- Setyaningsih, R. (2019). *Psikologi Komunikasi Suatu Pengantar dan Perspektif Islam*. UNIDA gontor Press.
- Suparna, P., & Pramana, I. B. G. A. Y. (2023). *Buku Ajara Psikologi Komunikasi*. Nilacakra.
https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Psikologi_Komunikasi/7n_EEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&pg=PR4&printsec=frontcover
- Syahrul, Y. (2019). Penerapan Design Thinking Pada Media Komunikasi Visual Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru Stmik Palcomtech Dan Politeknik Palcomtech. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(2), 109–117. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v2i2.342>
- Wattimena, R. A. A. (2020). *Mendidik Manusia Revolusi Pendidikan Abad ke-21*. PT Gramedia Pustaka Utama.
[https://www.google.co.id/books/edition/Mendidik_Manusia/Y7zNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=dogmatisme adalah&pg=PR4&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Mendidik_Manusia/Y7zNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=dogmatisme+adalah&pg=PR4&printsec=frontcover)

Zulhafandi, & Ariyanti, R. (2020). *Psikologi Komunikasi Plus Uji Profil Kepribadian*. CV. Amerta Media.
https://www.google.co.id/books/edition/Psikologi_Komunikasi_Plus_Uji_Profil_Kep/Vw7sEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&pg=PA189&prints ec=frontcover



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

BAB 9: KELOMPOK DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERILAKU KOMUNIKASI

Maya Sari, S.S., M.Si.

IAIN Fattahul Muluk Papua

BAB 9

KELOMPOK DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERILAKU KOMUNIKASI

A. PENDAHULUAN

Membangun kebersamaan dalam konteks suatu kehidupan masyarakat yang diharapkan dapat turut bertanggung jawab dalam membangun masyarakat untuk menjadi lebih baik dari kondisi sebelumnya. Untuk melakukan hal ini, maka seorang manusia perlu berinteraksi secara aktif dengan manusia lainnya, dan dengan lingkungan kehidupannya. Termasuk dalam pemenuhan kebutuhan hidup seseorang pun memerlukan bantuan manusia lain. Hampir tidak ada upaya seseorang yang tidak bersentuhan atau tidak memerlukan campur tangan orang lain. Oleh sebab itu, manusia selalu memerlukan kehidupan berkelompok.

Dalam bab ini akan dibahas mengenai sejarah kelompok sehingga Anda dapat memahami betapa pentingnya kelompok dalam pembangunan, mendefinisikan apa yang dimaksud dengan kelompok, cakupan dan batasan kelompok, serta berbagai bentuk dan jenis kelompok.

Dalam interaksi kelompok, individu tidak hanya berkomunikasi untuk menyampaikan pesan, tetapi juga untuk memperkuat ikatan sosial, membangun identitas kelompok, dan mencapai tujuan bersama. Norma-norma kelompok, struktur hierarkis, serta peran yang dimainkan oleh anggota memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana komunikasi terjadi.

Pengaruh norma kelompok membatasi dan membentuk perilaku komunikasi individu. Tekanan untuk mematuhi norma-norma tersebut dapat mengarah pada konformitas dalam berbicara, menyatakan pendapat, atau bahkan dalam pilihan kata yang digunakan. Di sisi lain, kepemimpinan dalam kelompok juga memiliki dampak besar terhadap dinamika komunikasi. Gaya kepemimpinan yang demokratis, otoriter, atau laissez-faire akan memengaruhi cara anggota berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aronson, A., Wilson, T. D., Akert, R. M. 2005. *Social Psychology*. 5th Edition. New York: Prentice-Hall, Inc.
- Beebe, S.A., Masterson, J.T. 2003. *Communication in Small Groups: Principles and Practices*. 5th Ed. New York: Harper Collins College Publishers.
- Bormann, E.G. 1990. *Small Group Communication: Theory and Practice*. 3rd Ed. New York: Harper-Collins.
- Cartwright, D., Zander, A. 1968. *Group Dynamic: Research and Theory*. 3rd Ed. New York, Evanston and London: Harver and Row Publishers.
- Cragan, J.F., Wright, D.W. 1996. *Theory and Research in Small Group communication*. 2nd Ed. MN: Burgess.
- Gerungan. (2004). *Psikologi Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Hare, A.P. 1962. *Handbook of Small Group Research*. New York and London: Collier-McMillan Limited
- Infante DA, Rancer AS, Womack DF. 2003. *Building Communicating Theory*. Illinois: Waveland Press, Inc.
- Johnson, D.W., Johnson, J.P. 1997. *Joining Together, Group Theory and Group Skills*. 5th Edition. Boston: Allyn and Bacon
- Maslow A. 1956. *Maslow's Hierarchy of Needs Motivational Model*. <http://businessballs.com/maslow.htm> [12 September 2011].
- Mulyana D. 2007. *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat J. 2007. *Psikologi komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Robbins, S.P. 1996. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Prenhallindo. Edisi bahasa Indonesia. Jilid 1.
- Saleh, A. 2006. *Tingkat Penggunaan Media Massa dan Peran Komunikasi Anggota Kelompok Peternak dalam Jaringan Komunikasi Penyuluhan*. *Disertasi*. Bogor: Program Studi Ilmu Penyuluhan Pembangunan, Sekolah Pascasarjana IPB.
- _____. 2010. *Komunikasi Kelompok*. *Dalam*, Tim dosen Mata Kuliah Komunikasi: *Dasar-dasar Komunikasi*. Bogor: Departemen Sain KPM- Fema IPB.

- _____. 2012. Kumpulan Bahan Kuliah Manajemen Kelompok dan Organisasi. Bogor: Program Studi Ilmu Penyuluhan Pembangunan, Sekolah Pascasarjana IPB.
- Slamet M. 2003. *Membentuk Pola Perilaku Manusia Pembangunan*. Penyunting Ida Yustina dan Adjat Sudrajat. Bogor: IPB Press
- Soekanto, S. 2009. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Cetakan ke-29. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Syamsu S, Yusril M, Suwanto FX. 1999. *Dinamika dan Kepemimpinan: Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Universitas Admajaya.
- Yusuf, Y. 2009. *Dinamika Kelompok, Kerangka Studi dalam Perspektif Psikologi Sosial*. Bandung: Armico



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

BAB 10: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEEFEKTIFAN KOMUNIKASI KELOMPOK

Maria Septian Riasanti Mola, M.I.Kom.

Politeknik Negeri Jakarta

BAB 10

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEEFEKTIFAN KOMUNIKASI KELOMPOK

Komunikasi kelompok merupakan aspek penting dalam berbagai konteks, baik dalam lingkungan kerja, pendidikan, maupun sosial. Keefektifan komunikasi dalam sebuah kelompok dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan dalam mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keefektifan komunikasi kelompok sangatlah krusial. Bab ini akan mengkaji berbagai faktor yang berkontribusi terhadap keefektifan komunikasi kelompok, seperti struktur kelompok, dinamika interpersonal, keterampilan komunikasi, dan lingkungan fisik. Selain itu, bab ini juga akan memberikan evaluasi dan latihan untuk memperdalam pemahaman pembaca mengenai topik ini.

A. KOMUNIKASI KELOMPOK

a. Pengertian Komunikasi Kelompok

Dalam konteks interaksi sosial dan profesional, komunikasi kelompok memainkan peran penting dalam mencapai tujuan bersama dan kesuksesan tim. Komunikasi kelompok tidak hanya melibatkan pertukaran informasi tetapi juga mencakup proses dinamis di mana anggota kelompok berinteraksi untuk menyelesaikan tugas, memecahkan masalah, dan membuat keputusan bersama. Berbagai ahli memberikan definisi komunikasi kelompok yang sedikit berbeda, tetapi mereka semua setuju bahwa esensinya terletak pada interaksi verbal dan nonverbal yang terjadi antara tiga atau lebih individu dalam kelompok. Pemahaman yang mendalam tentang definisi komunikasi kelompok dari para ahli ini akan memberikan dasar yang kuat untuk mengeksplorasi lebih lanjut faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi dalam kelompok.

Komunikasi kelompok adalah proses dinamis di mana anggota kelompok saling bertukar pesan untuk mencapai kesepakatan dan menyelesaikan tugas yang telah ditentukan (Galanes, 2018). Komunikasi

DAFTAR PUSTAKA

- Dovidio, J. F. (2018). *Reducing Intergroup Bias: The Common Ingroup Identity Model*. Psychology Press.
- Engleberg, I. N. (2021). *Working in Groups: Communication Principles and Strategies*. UK: Pearson.
- Galanes, G. J. (2018). *Effective Group Discussion: Theory and Practice*. McGraw: Hill Education.
- Levi, D. (2020). *Group Dynamics for Teams*. SAGE Publications.
- Pettigrew, T. F. (2006). A Meta-Analytic Test of Intergroup Contact Theory. *Journal of Personality and Social Psychology* 90(5), 751-783.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Turner, J. C. (2019). *Rediscovering the Social Group: A Self-Categorization Theory*. Bail Blackwell.



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

BAB 11: EFEK KOMUNIKASI MASSA

Syamsuddin Aziz, M.Phil., Ph.D.

Universitas Hasanuddin

BAB 11

EFEK KOMUNIKASI MASSA

A. PENDAHULUAN

Dalam era informasi yang serba cepat dan meluas ini, komunikasi massa memegang peranan penting dalam membentuk individu dan struktur sosial. Bab ini akan membahas secara mendalam tentang berbagai efek yang ditimbulkan oleh media massa, baik yang bersifat kognitif, afektif, maupun perilaku. Melalui media seperti televisi, radio, surat kabar, dan platform digital, masyarakat tidak hanya menerima informasi namun juga mengalami perubahan dalam cara berpikir, bersikap, dan bertindak. Efek kognitif media massa mencakup perubahan dalam pengetahuan dan persepsi publik, di mana media memiliki kekuatan untuk mengarahkan perhatian publik terhadap isu-isu tertentu serta mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap suatu realitas. Efek lainnya adalah efek afektif yang menggambarkan bagaimana media dapat mempengaruhi emosi dan sikap individu yang sering kali tanpa disadari. Proses ini melalui penyajian narasi atau gambaran yang dapat membangkitkan respons emosional tertentu. Terakhir, efek perilaku yang merupakan hasil langsung dari pengaruh media, di mana media massa dapat memotivasi tindakan, mengubah kebiasaan, atau bahkan mendorong terciptanya norma-norma baru dalam kehidupan sehari-hari. Bab ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana berbagai aspek media massa membentuk dan mengubah kontur sosial kita yang memungkinkan kita melihat lebih jauh dari sekadar konten yang dikonsumsi untuk menuju pemahaman yang lebih luas tentang dinamika sosial yang mendasarinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Altheide, D. (2006). The Mass Media, Crime and Terrorism. *Journal of International Criminal Justice*, 4, 982-997. <https://doi.org/10.1093/JICJ/MQL061>.
- Ball-Rokeach, S., & Defleur, M. (1976). A Dependency Model of Mass-Media Effects. *Communication Research*, 3, 21 - 3. <https://doi.org/10.1177/009365027600300101>.
- Heath, L., & Gilbert, K. (1996). Mass Media and Fear of Crime. *American Behavioral Scientist*, 39, 379 - 386. <https://doi.org/10.1177/0002764296039004003>.
- Jamil, S., & Retis, J. (2022). Media Discourses and Representation of Marginalized Communities in Multicultural Societies. *Journalism Practice*, 17, 1 - 4. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2142839>.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38, 164. <https://doi.org/10.2307/2094393>.
- Lwin, M., Lee, S., Panchapakesan, C., & Tandoc, E. (2021). Mainstream News Media's Role in Public Health Communication During Crises: Assessment of Coverage and Correction of COVID-19 Misinformation. *Health Communication*, 38, 160 - 168. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1937842>.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.
- McKay, S., & Tenove, C. (2020). Disinformation as a Threat to Deliberative Democracy. *Political Research Quarterly*, 74, 703 - 717. <https://doi.org/10.1177/1065912920938143>.
- Optika.id. (n.d.). Beda sanksi politik uang antara Pemilu dengan Pilkada. Retrieved from <https://optika.id/politik/beda-sanksi-politik-uang-antara-pemilu-dengan-pilkada>.
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political communication*, 10(1), 55-75.

- PosterMyWall. (n.d.). Burger food ads design template. Retrieved from <https://id.postermywall.com/index.php/art/template/bc3084d1b2a34bf08e5b068886327ffb/burger-food-ads-design-template> .
- Ramírez-Álvarez, A. (2020). Media and Crime Perceptions: Evidence from Mexico. *The Journal of Law, Economics, and Organization*. <https://doi.org/10.1093/JLEO/EWAA010>.
- Reissová, A., Žambochová, M., & Sláma, V. (2018). The role of mass media in crisis communication. *Scientific papers of the University of Pardubice. Series D, Faculty of Economics and Administration*. 42/2018.
- Romer, D., & Jamieson, K. (2020). Conspiracy theories as barriers to controlling the spread of COVID-19 in the U.S.. *Social Science & Medicine* (1982), 263, 113356 - 113356. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113356>.
- Romer, D., Jamieson, K., & Aday, S. (2003). Television News and the Cultivation of Fear of Crime. *Journal of Communication*, 53, 88-104. <https://doi.org/10.1111/J.1460-2466.2003.TB03007.X>.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of communication*, 49(1), 103-122.
- Valente, T., & Saba, W. (1998). *Mass Media and Interpersonal Influence in a Reproductive Health*
- Zhang, R. (2019). The Influence of Advertising on the Consumers' Purchasing Decision. *Proceedings of the 1st International Conference on Business, Economics, Management Science (BEMS 2019)*. <https://doi.org/10.2991/BEMS-19.2019.26>.



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

BAB 12: PSIKOLOGI KOMUNIKASI DAN PSIKOLOGI PESAN

Syamsuddin Aziz, M.Phil., Ph.D.

Universitas Hasanuddin

BAB 12

PSIKOLOGI KOMUNIKASI DAN PSIKOLOGI PESAN

A. PENDAHULUAN

Psikologi komunikasi dan psikologi pesan adalah dua bidang yang sangat penting dalam memahami bagaimana informasi disampaikan dan diterima dalam berbagai konteks sosial dan profesional. Psikologi pesan berkaitan dengan cara pesan dirancang, diartikulasikan, dan dipahami, sedangkan psikologi komunikasi lebih luas, mencakup proses interaksi dan pertukaran informasi antar individu atau kelompok. Kedua kajian ini berperan penting dalam mengoptimalkan efektivitas komunikasi serta memahami berbagai dinamika yang mempengaruhi interpretasi dan reaksi terhadap pesan yang disampaikan.

Kedua konsep ini sangat penting dikuasai karena setiap pesan yang dikomunikasikan membawa dampak psikologis yang dapat mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku penerima. Oleh karena itu, penggunaan prinsip-prinsip psikologi dalam merancang dan menyampaikan pesan dapat sangat mempengaruhi keberhasilan komunikasi dalam pendidikan, periklanan, politik, dan bahkan dalam konteks antarpersonal sehari-hari. Sebagai contoh, pengiklan menggunakan prinsip-prinsip psikologi pesan untuk menciptakan iklan yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga memotivasi konsumen untuk bertindak.

Tujuan utama bab ini adalah untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang teori dan aplikasi dari psikologi pesan dan psikologi komunikasi, serta menunjukkan bagaimana kedua kajian ini dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi. Hal ini mencakup peningkatan kemampuan untuk merancang pesan yang efektif, pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pesan diterima dan diinterpretasikan, dan peningkatan keterampilan komunikasi secara umum. Melalui pembahasan yang mendalam, bab ini diharapkan dapat membekali pembaca dengan pengetahuan dan keterampilan yang

DAFTAR PUSTAKA

- Buchanan, D. A., & Huczynski, A. (2019). *Organizational Behaviour*. Pearson UK.
- Cross, R., Davis, S., & O'Neil, I. (2017). *Health communication: Theoretical and critical perspectives*. John Wiley & Sons.
- Eaves, M., & Leathers, D. G. (2017). *Successful nonverbal communication: Principles and applications*. Routledge.
- Fujishin, R. (2016). *Natural bridges: A guide to interpersonal communication*. Routledge.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. *Perspectives on media effects*, 1986, 17-40.
- Goldhaber, G., Porter, D., Yates, M., & Lesniak, R. (1978). ORGANIZATIONAL COMMUNICATION: 1978. *Human Communication Research*, 5, 76-96. <https://doi.org/10.1111/J.1468-2958.1978.TB00624.X>.
- Hall, S. (2000). Encoding/decoding. *Media studies: A reader*, 2, 51-61.
- Lasswell, H. D. (2018). *Politics: Who gets what, when, how*. Pickle Partners Publishing.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (2003). The people's choice. Brooker, W. & Jermyn, D.(Eds.), 13-18.
- Perse, E. M., & Lambe, J. (2016). *Media effects and society*. Routledge.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (2012). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer Science & Business Media.
- Schnackenberg, A., & Tomlinson, E. (2016). Organizational Transparency. *Journal of Management*, 42, 1784 - 1810. <https://doi.org/10.1177/0149206314525202>.
- Tomasello, M. (2002). *New Psychology of Language*. Lawrence Erlbaum Associates
- Xie, F., & Derakhshan, A. (2021). A Conceptual Review of Positive Teacher Interpersonal Communication Behaviors in the Instructional Context.

Frontiers in Psychology,
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.708490>.

12.

PROFIL PENULIS

Ni Putu Sinta Dewi, M.I.Kom.



Penulis kelahiran Karangasem, 15 Januari 1996 Berprofesi sebagai Dosen Prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Bumigora dan berasal dari Desa Gegelang, Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali. Adapun Latar Belakang Pendidikan yakni SD Negeri 33 Dangin Puri (2008). SMP Dharma Praja (2011). SMA Dharma Praja (2014). Setelah lulus SMA, kemudian melanjutkan, S1-nya di IHDN mengambil jurusan filsafat timur, Fakultas Brahma Widya tamat tahun (2018) dan lulusan S1 pada Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Terbuka, kemudian melanjutkan S2 pada program magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar dengan mendapatkan beasiswa *cumlaude* tamat pada tahun (2020). Aktif dalam kegiatan mengajar ke desa-desa maupun kegiatan jurnalistik dan fotografi. Motto hidupnya adalah jangan pernah menjadi lemah, sebab segala kekuatan berasal dari dalam diri.

Dr. Sukatin, S.Pd.I., M.Pd.I.



Penulis lahir di Nipah Panjang 10 Juli 1986. Putri ke-3 dari 3 bersaudara. Ayah bernama Alm Bapak H. Gino dan Ibu. Hj. Nyami. Menikah dengan Mashudi Hariyanto, S.HI., M.E. Pada tahun 2012 dan dikarunia 2 orang anak: Alifia Zaira Faizatul Husna Hariyanto & Azkayra Zulfa Al-Mumtaza Hariyanto. Pendidikan Formal dimulainya di SDN/V Nipah Panjang (1998), MTsN I Nipah Panjang (2001), dan MA Pondok Modern Arrisalah Slahung Ponorogo (2005). Pendidikan Tinggi S-1 Pendidikan Agama Islam ditempuh di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo (2009), S-1 Bimbingan dan Konseling Di tempuh di Universitas Darul Ulum Jombang (2010), S-2 Psikologi Pendidikan Islam di Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (2012). Dan Pendidikan Terakhir Doktor (S3) di Universitas Islam Negeri (UIN) STS Jambi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam selesai tahun 2019 program beasiswa 5000 Doktor. Seharian-hari mengajar dan menjadi Dosen Tetap di Institut Agama Islam Nusantara Batang Hari

Jambi sampai sekarang. Karya yang dipublishkan di link <https://scholar.google.com/citations?user=gstGcfAAAAAJ&hl=id&oi=ao> Shukatin@gmail.com

Wida Nofiasari, M.I.Kom.



Penulis lahir di Tangerang pada tanggal 11 November 1986. Ia merupakan lulusan S1 Ilmu komunikasi dari Universitas Mercu Buana, kemudian melanjutkan pendidikannya di bidang Ilmu komunikasi media dan politik di Universitas Mercu Buana dan berhasil meraih gelar Magister pada tahun 2020. Sebagai seorang profesional, saat ini menekuni karier sebagai seorang

dosen di Program Studi Sains Komunikasi dan juga menjabat sebagai Ketua Jurusan Sains Komunikasi di MNC University. Pengalaman serta minatnya yang kuat dalam bidang penelitian dan ilmu komunikasi membawanya pada bidang komunikasi media, budaya dan politik. Peneliti juga pernah meraih Hibah Kemendikbud sebagai penulis pertama pada tahun 2019 dan 2023 serta pernah menjadi pembicara pada prosiding nasional 2023 dan Internasional pada tahun 2019.

M. Ramadhana Reksoprodjo, S.Psi., M.Si.



Penulis lahir di Jakarta pada 26 Mei 1985, Lulusan S1 dan S2 Magister Sains dari Fakultas Psikologi Universitas Indonesia. Kini bekerja sebagai Kepala Laboratorium Psikodiagnostik dan Komputer serta sebagai dosen tetap pengampu mata kuliah Psikologi Komunikasi, Psikologi Umum I, Psikologi Umum II, Kepencapaian, dan Psikologi Perkembangan di Fakultas Psikologi Universitas Pancasila. Selain sebagai dosen, juga bekerja sebagai penulis

naskah komik untuk *Skylar Comics* yang sudah mencetak komik “Volt x Setan Jalanan”; “Volt Vol.1”; “Volt Vol.2”; “Valentine”, yang juga sudah diangkat menjadi film layar lebar di tahun 2017; “Duet Maut”; serta “Ekalaya dan T.I.G.A”. Beliau juga pernah bekerja sebagai penulis naskah untuk salah satu program TV Swasta dan penulis naskah untuk serial

horror dari *StroTV* yang berjudul “Halusinada” untuk episode “2 Mata Saya”.

Dr. Yudho Bawono, S.Psi., M.Si.



Penulis dilahirkan di kota kretek, Kudus-Jawa Tengah pada tanggal 23 Juli 1976. Menyelesaikan pendidikan dari TK hingga SMP di kota kelahirannya dan SMA di Temanggung-Jawa Tengah. Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) diraihinya di tahun 1999 setelah menyelesaikan pendidikan di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tahun 2004 gelar Magister Sains (M.Si) di bidang psikologi diperolehnya setelah menyelesaikan pendidikan di Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada dengan mengambil peminatan pada bidang Psikologi Perkembangan. Tahun 2020 beliau menyelesaikan pendidikan doktoralnya (Dr.) di bidang psikologi pendidikan dan perkembangan di Program Pendidikan Doktor Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Airlangga. Sejak tahun 2010 hingga saat ini beliau tercatat sebagai dosen tetap di Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura dengan mengampu mata kuliah Psikologi Perkembangan, Perkembangan Anak dan Remaja, Perkembangan Dewasa dan Usia Lanjut, Metodologi Penelitian Kualitatif, dan Seminar Bidang Peminatan. Selain mengajar, beliau aktif di organisasi seperti Himpunan Psikologi Indonesia (HIMPISI) Cabang Bangkalan sebagai Ketua dan sebagai Sekretaris Pengurus Pusat Ikatan Psikologi Perkembangan Indonesia (IPPI).

Alexander Indrakusuma Linggi, M.Psi., Psikolog.



Penulis merupakan Dosen tetap pada Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya Makassar sejak tahun 2021. Penulis mengajar pada kelompok matakuliah bidang pendidikan. Penulis juga merupakan praktisi/berprofesi sebagai psikolog sekolah. Penulis menangani permasalahan seperti: kesulitan belajar, minat dan bakat siswa, asesmen kesiapan sekolah, siswa

berkebutuhan khusus, konseling individu dan kelompok serta layanan terkait sistem sekolah.

Email: alexander_indrakusuma@lecturer.uajm.ac.id

Muhamad Rosit, M.Si.



Penulis merupakan dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila. Meraih gelar S-1 di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2007). Program Magister Manajemen Komunikasi ditempuh di FISIP Universitas Indonesia (2012). Ia pernah sebagai editor beberapa buku antara lain, *Public Relations Politik* (Bogor, Ghalia, 2011), *Literasi politik dan Konsolidasi Demokrasi* (Tangsel, Churia, 2012), *Literasi Politik dan Pelembagaan Pemilu* (Tangsel, Churia, 2016), *Literasi Politik dan Kampanye Pemilu* (Tangsel, Churia, 2017). Artikel ilmiahnya tersebar di jurnal nasional dan internasional. Ia pernah menjadi peneliti di *the Political Literacy Institute* (2011-2023) yang fokus pada pengarusutamaan literasi politik warga. Sampai saat ini, ia tercatat sebagai Pengurus Asosiasi Perguruan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) Jabodetabek Periode 2022-2025. Selain itu, saat ini ia diberikan amanah sebagai Wakil Dekan Bidang Akademik pada Program Studi Ilmu Komunikasi FIKOM Universitas Pancasila. Alamat email penulis, muhamadrosit@univpancasila.ac.id.

Yasermi Syahrul, S.Pd., M.Sn.



Penulis kelahiran Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi. Riwayat pendidikan penulis menyelesaikan Pendidikan Strata 1 Program Studi Pendidikan Seni Rupa di Universitas Negeri Padang pada tahun 2012, kemudian menyelesaikan Pendidikan Strata 2 Program Studi Penciptaan dan Pengkajian Seni dengan minat Studi Penciptaan Seni Rupa di Institut Seni Indonesia Padangpanjang pada tahun 2015. Sekarang penulis merupakan dosen di Fakultas Desain Komunikasi Visual, UPI YPTK Padang. Penulis aktif sebagai reviewer dan editor di jurnal nasional terakreditasi SINTA dan penulis memiliki channel youtube yaitu:

<https://www.youtube.com/@yasermisyahrul1621> yang merupakan bagian dari kecintaan penulis sebagai pendidik dalam berbagi pengetahuan tentang warna-warni dunia pendidikan seni, budaya, dan desain.

Maya Sari, S.S., M.Si.



Penulis lahir di Poso, Sulawesi Tengah 38 tahun lalu dan merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Semenjak kecil sering berpindah-pindah tempat mengikuti tempat tugas orangtua. Sejak dibangku SMA sering menulis untuk Mading (Majalah Dinding). Menyelesaikan kuliah S-1 di Universitas Muslim Indonesia Makassar, jurusan Sastra Inggris pada tahun 2006 dan melanjutkan pendidikan ke jenjang Magister di Universitas Hasanuddin Makassar, pada Program Studi Ilmu Komunikasi (2007-2009). Tulisan ini merupakan buku kolaborasi setelah yang pertama pada tahun 2020 *“Andai Bukan Karena Cinta”*, yang kedua *“Kita Menulis, Merdeka Menulis”* yang ditulis bersama sejumlah rekan-rekan dosen dari seluruh Indonesia. Kemudian buku *Pengantar Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, Etika Perkantoran, Merdeka belajar Dan Kampus Merdeka, Media & Multimedia Pembelajaran, Komunikasi Bisnis (2022), Teori Komunikasi Pendidikan (2022), Pendidikan Anak Usia Dini (2022), Politik dan Pemasaran Pendidikan (2023), Komunikasi Bisnis; Pendekatan Praktis (2023), Komunikasi Politik, Komunikasi Penyiaran Islam*, yang juga merupakan buku kolaborasi. Mulai mengajar menjadi dosen Luar Biasa tahun 2015. Tahun 2017 menjadi dosen di STIKOM Muhammadiyah Papua selama dua semester. Kemudian di tahun 2018-Sekarang diangkat menjadi Dosen tetap di lain Fattahul Muluk Papua.

Maria Septian Riasanti Mola, M.I.Kom.



Penulis merupakan dosen di Politeknik Negeri Jakarta Program Studi Penerbitan (Jurnalistik). Penulis aktif menulis karya fiksi maupun non fiksi sejak di bangku SMA. Pendidikan Sarjana di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Atmajaya Yogyakarta (2014) dan melanjutkan Master Komunikasi di Universitas Budi Luhur Jakarta (2020). Penulis aktif dalam penelitian dalam bidang komunikasi. Selain memiliki ketertarikan di bidang komunikasi, penulis juga aktif dalam kegiatan fotografi dan dunia seni musik. Beberapa penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat di google scholar. Penulis aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Email penulis: 1992avreria@gmail.com.

Syamsuddin Aziz, M.Phil., Ph.D.



Penulis adalah dosen dan peneliti pada Departemen Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Hasanuddin. Disamping mengabdikan di almamaternya, ia juga mengajar di Universitas Pancasila dan President University. Ia meraih gelar M.Phil dari University of Queensland dan PhD dari University of Melbourne, dengan spesialisasi Komunikasi, Media, dan Studi Budaya. Minat penelitiannya di antaranya: Komunikasi Lingkungan, Jurnalisme Otomasi, Komunikasi dan Perubahan Sosial, Studi Media, Semiotika, dan Media dan Terorisme. Saat ini, ia fokus pada kajian transformasi media digital, khususnya integrasi teknologi otomasi dalam praktik media serta eksplorasi lebih mendalam antara studi media dan budaya. Ia juga anggota aktif *Association of Media and Communication Researchers (IAMCR)* dan *South East Asian Media Studies Association (SEAMSA)*.

PSIKOLOGI KOMUNIKASI

Psikologi Komunikasi adalah buku yang menyelami dunia kompleks interaksi manusia melalui lensa psikologi. Dengan pembahasan mendalam dimulai dari Pendahuluan dan Pengenalan Psikologi Komunikasi, buku ini memberikan dasar yang kuat tentang pentingnya memahami psikologi dalam komunikasi sehari-hari. Bab Peran Psikologi Komunikasi menjelaskan bagaimana psikologi mempengaruhi cara kita berkomunikasi, serta dampaknya terhadap hubungan interpersonal dan sosial. Selanjutnya, buku ini mengupas berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku manusia dalam konteks komunikasi. Konsepsi Psikologi Tentang Manusia dan Faktor Personal dan Situasional Yang Mempengaruhi Perilaku Manusia menguraikan berbagai teori dan penelitian yang mengungkap dinamika internal dan eksternal dalam komunikasi.

Dengan fokus pada Sensasi dan Persepsi, serta Memori dan Proses Berpikir, pembaca diajak memahami proses kognitif yang mendasari bagaimana kita menerima, mengolah, dan menginterpretasikan informasi. Menariknya, buku ini juga membahas Persepsi Interpersonal dan Konsep Diri, serta Atraksi Interpersonal dan Hubungan Interpersonal, yang memberikan wawasan tentang bagaimana kita melihat diri sendiri dan orang lain dalam interaksi sosial. Terakhir, bab Efek Komunikasi Massa menyoroti dampak media massa terhadap perilaku dan psikologi individu serta masyarakat, sementara Psikologi Komunikasi dan Psikologi Pesan mengulas peran pesan dalam komunikasi. Dengan gaya bahasa yang menarik dan informatif, buku ini merupakan panduan penting bagi siapa saja yang ingin memahami lebih dalam tentang seni dan ilmu komunikasi.



Penerbit
widina
www.penerbitwidina.com

ISBN 978-623-500-304-7



9

786235

003047