

Tugas pertemuan ke-11

Nama : Aditya Pratama

Nim : 192910005

Prodi : Magister Ilmu Komunikasi

Komunikasi sangat vital dalam menumbuhkembangkan kepribadian manusia. Berbicara mengenai komunikasi tidak akan pernah terlepas dari perilaku serta pengalaman kesadaran manusia. Sejarah panjang penelitian fenomena komunikasi memperlihatkan keterkaitan yang erat antara psikologi dan komunikasi. Tidak sedikit ahli psikologi aliran behaviorisme yang menelaah komunikasi lebih dalam.

Dalam kacamata psikologi, komunikasi dipandang sebagai perilaku. Baik itu bersifat manusiawi, menarik, serta melibatkan banyak orang di berbagai situasi. Psikologi secara tajam mengupas “diri” kita sebagai pelaku komunikasi dan komponen komunikasi lainnya. Penyatuan keduanya melahirkan psikologi komunikasi yang berusaha untuk memahami, menjelaskan, dan memprediksi bagaimana pikiran, perasaan, dan tindakan manusia dipengaruhi oleh manusia lainnya.

Interaksi sosial dapat terjadi karena adanya kontak dan komunikasi. Dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah peristiwa sosial. Suatu peristiwa sosial yang coba dianalisis dengan menggunakan pendekatan psikologis akan menuntun kita pada pendekatan psikologi sosial. Psikologi komunikasi adalah bagian dari psikologi sosial. Dengan demikian, pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi.

Berikut adalah beberapa pengertian psikologi komunikasi (Rakhmat : 2001 : 9-10) :

1. George A. Miller (1974) : *Psychology is the science that attempts to describe, predict, and control mental and behavioral events.*

2. E.A Ross : Psikologi sosial adalah ilmu yang berusaha memahami dan menguraikan keseragaman dalam perasaan, kepercayaan, atau kemauan dan tindakan yang diakibatkan oleh interaksi sosial.

3. Kauffman (1973) : *Social psychology is an attempt to understand, explain and explain, and predict how the thoughts, feelings and actions of individuals are influenced by the perceived thoughts, feelings, and actions of others (whose presence may be actual, imagined, or implied).*

Teori Psikologi Komunikasi

Psikologi telah lama menelaah efek media massa pada perilaku komunikasi. Sistem komunikasi massa mempunyai karakteristik psikologis yang khas. Hal ini terlihat dalam pengendalian arus informasi. Kemudian adanya umpan balik, stimulasi alat indera, dan proporsi unsur isi dengan hubungan. Berikut adalah beberapa teori komunikasi yang mencoba untuk melihat efek komunikasi terhadap bertambahnya pengetahuan dan mempengaruhi sikap khalayak.

1. Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*)

Teori yang dicetuskan oleh **George Gerbner** ini mengasumsikan bahwa media massa, khususnya televisi, merupakan media yang paling ampuh untuk menanamkan ideologi kepada khalayak. Teori kultivasi adalah teori yang berusaha untuk melakukan analisa terhadap akibat yang ditimbulkan dari penanaman ideologi ini.

Gerbner mencoba untuk mengembangkan konsep “*mainstreaming*” atau mengikuti arus. Hal ini dimaksudkan sebagai kesamaan diantara pemirsa berat pada berbagai kelompok demografis, dan perbedaan dari kesamaan itu pada pemirsa ringan (Rakhmat, 2001 : 250).

2. Teori Spiral Keheningan (*The Spiral of Silence Theory*)

Pertama kali digagas oleh **Elisabeth Noelle-Neumann** (1974). Spiral keheningan adalah istilah digunakan merujuk pada kecenderungan manusia untuk tetap diam. kecenderungan ini terlihat ketika mereka merasa bahwa pandangan mereka bertentangan dengan pandangan mayoritas.

Teori ini berpendapat bahwa mereka tetap diam karena terisolasi serta mendapat konsekuensi negatif. Konsekuensi ini datang dari kelompok atau masyarakat karena menyuarakan pendapat yang berbeda. Dalam teori ini juga dijelaskan bahwa saat manusia mengemukakan pendapat, mereka berusaha mengikuti pendapat mayoritas atau konsensus.

Media merupakan sumber informasi utama yang dapat membuat terjadinya konsensus. Apabila pendapat versi konsensus ini begitu massif tersebar dalam masyarakat melalui media massa, maka suara perorangan yang memiliki pendapat yang berbeda akan semakin diam.

Baca juga: [Komunikasi Politik](#)

3. Agenda Setting Theory

Pendekatan agenda setting dikembangkan oleh **Maxwell E. Comb** dan **Donald E. Shaw**. Fokus *agenda setting* adalah efek media massa terhadap pengetahuan. Menurut pendekatan ini, media massa memiliki pengaruh terhadap apa yang dipikirkan orang.

Kemudian disimpulkan bahwa media massa memilih informasi yang diinginkan serta dianggap penting untuk mempengaruhi khalayak tentang informasi. Tujuannya adalah pembentukan persepsi oleh khalayak berdasarkan informasi yang diterima tentang suatu peristiwa.

4. Teori Peluru atau model jarum hipodermik (*Bullet Theory*)

Penggagas teori ini adalah **Melvin DeFleur**. Menurut teori ini, media menyajikan stimuli perkasa yang secara seragam diperhatikan oleh massa (DeFleur dalam Rakhmat, 2001 : 197). Teori ini mengasumsikan bahwa massa tidak memiliki kekuatan dalam menghadapi stimuli yang dikirim oleh media massa.

Teori ini dikenal dengan sebutan “teori peluru” atau model jamum hipodermis. Teori ini menganalogikan pesan komunikasi seperti obat yang disuntikkan dengan jarum ke bawah

kulit pasien. Teori ini disebut juga dengan “*the concept of powerful mass media*” oleh Elisabeth Noelle-Neumann (1973).

Teori ini menunjukkan kekuatan media massa untuk mengarahkan dan membentuk perilaku khalayak. Dalam kerangka behaviorisme, media massa adalah factor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, operan, atau imitasi. Khalayak dianggap sebagai kepala kosong yang siap menampung pesan komunikasi yang dicurahkan kepadanya.

Baca juga: [Pengantar Ilmu Komunikasi](#)

5. Teori Kegunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratifications Theory*)

Pendekatan uses and gratification diungkapkan pertama kali oleh **Elihu Katz**. Pendekatan ini berpandangan bahwa khalayak sebagai komunikan berpartisipasi aktif sebagai bagian dari sistem komunikasi massa. partisipasi aktif dimaksudkan dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, efek media massa diartikan sebagai situasi ketika kebutuhan tersebut terpenuhi.

Faktor-faktor personal juga mempengaruhi reaksi khalayak pada komunikasi massa. Faktor tersebut meliputi organisasi personal dari sisi psikologis individu diantaranya potensi biologis, nilai, kepercayaan, sikap, serta bidang pengalaman. Dan lainnya adalah kelompok-kelompok sosial dimana individu menjadi anggota juga hubungan-hubungan interpersonal pada proses penerimaan, pengelolaan, dan penyampaian informasi.

Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi

Dalam psikologi, komunikasi memiliki makna yang luas yang mencakup penyampaian energi, gelombang suara, tanda di antara tempat, sistem atau organisme. Intinya, psikologi menyebut komunikasi pada penyampaian energi dari alat indera ke otak, peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi, proses saling pengaruh di antara berbagai kinerja dalam diri organisme dan di antara organisme.

Psikologi tidak membicarakan komunikasi secara umum, melainkan membahas karakteristik manusia dan aspek biologis dalam diri manusia yang melakukan komunikasi. Psikologi memeriksa seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Di antaranya komunikator, pesan, penerimaan dan pengolahan pesan. Dan juga komunikan yang mencakup karakteristik manusia komunikan dan media komunikasi.

Psikologi sebagai ilmu yang mempelajari komunikasi, memiliki beberapa ciri khas pendekatan yang berbeda dengan disiplin ilmu yang juga mempelajari komunikasi. **Fisher** (1978) dalam Rakhmat (2001 : 9) menguraikan 4 ciri pendekatan psikologi komunikasi, yaitu :

1. Penerimaan stimuli secara inderawi atau *sensory reception of stimuli* – Psikologi melihat komunikasi diawali dengan penerimaan data oleh indera – indera manusia.

2. Proses Stimuli atau *internal mediation of stimuli* – Stimuli yang mempengaruhi kita kemudian diolah dalam jiwa.

3. Prediksi Respon atau *prediction of response* – Psikologi komunikasi menelaah bagaimana pengalaman yang terjadi pada masa lalu dapat mempengaruhi respon yang akan datang. Dari sinilah timbul pengaruh dari kenangan dan pengalaman yang merupakan jembatan antara masa lalu dan sekarang. Salah satu unsur sejarah respon adalah peneguhan.

4. Peneguhan Respon atau *reinforcement of responses* – Peneguhan adalah respon lingkungan atau orang lain pada respon organisme yang asli. Peneguhan inilah yang disebut dengan *feedback* atau umpan balik oleh Berger dan Lambert.