

The book cover features a vertical split design. The left side shows a sunset sky with silhouettes of a group of people and bare tree branches. The right side is a solid yellow background with text. There are two white rectangular redaction boxes: one at the top left and one at the bottom left.

Buku Ajar

# Psikologi Komunikasi

Muhammad Zulfa Alfaruqy, S.Psi., M.A.

**BUKU AJAR**  
**PSIKOLOGI KOMUNIKASI**

Penulis:

Muhammad Zulfa Alfaruqy, S.Psi., M.A.

**PENERBIT FAKULTAS PSIKOLOGI**  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
**SEMARANG**

# BUKU AJAR

# PSIKOLOGI KOMUNIKASI

---

Penulis : Muhammad Zulfa Alfaruqy, S.Psi., M.A.  
Penyunting : Agustin Erna Fatmasari, S.Psi., M.A.

---

ISBN 978-623-6742-10-5

Hak cipta 2020

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan cara apa pun tanpa izin dari penerbit.

---

Hak penerbitan pada Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro

---

Penerbit Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro

Jl. Prof Soedarto, S.H., Tembalang Semarang

Telp : (024) 7460051

Fax : (024) 7460051

Email : [penerbit.psikologiundip@gmail.com](mailto:penerbit.psikologiundip@gmail.com)

Website : [psikologi.undip.ac.id](http://psikologi.undip.ac.id)

## KATA PENGANTAR

Psikologi Komunikasi merupakan salah satu mata kuliah wajib bagi mahasiswa yang menempuh program sarjana psikologi. Mata kuliah ini memfasilitasi mahasiswa dengan pengalaman belajar terkait komunikasi pada berbagai level analisis. Antusias mahasiswa terhadap mata kuliah yang terklasifikasi sebagai bagian dari ilmu psikologi sosial ini mendorong penulis untuk menghadirkan *Buku Ajar Psikologi Komunikasi*.

*Buku Ajar Psikologi Komunikasi* terdiri dari empat belas bab. Keempat belas bab tersebut meliputi pengantar psikologi komunikasi, pesan verbal, pesan non verbal, dinamika intrapersonal, teori dan tahap komunikasi interpersonal, komunikasi interpersonal dalam konteks pertemanan relasi romantis, komunikasi interpersonal dalam konteks keluarga, komunikasi kelompok, komunikasi anggota dan pemimpin kelompok, komunikasi antarkelompok, komunikasi organisasi, komunikasi budaya, komunikasi publik, serta isu-isu dalam komunikasi.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro yang telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan buku ini. Besar harapan penulis buku ajar ini dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa psikologi yang menempuh mata kuliah Psikologi Komunikasi. Segala masukan dan saran para pembaca sangat diharapkan untuk pengembangan buku ajar ini di masa depan.

Semarang, Desember 2020

M. Z. A.

## DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Identitas	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
Tinjauan Mata Kuliah	1
Analisis Pembelajaran	4
Bab I Pengantar Psikologi Komunikasi	5
Bab II Pesan Verbal	14
Bab III Pesan Non Verbal	22
Bab IV Dinamika Intrapersonal	31
Bab V Teori dan Tahap Komunikasi Interpersonal	44
Bab VI Komunikasi Interpersonal dalam Konteks Pertemanan dan Relasi Romantis	56
Bab VII Komunikasi Interpersonal dalam Konteks Keluarga	65
Bab VIII Komunikasi Kelompok	72
Bab IX Komunikasi Anggota dan Pemimpin Kelompok	82
Bab X Komunikasi Antarkelompok	93
Bab XI Komunikasi Organisasi	102
Bab XII Komunikasi Budaya	112
Bab XIII Komunikasi Publik	128
Bab XIV Isu-isu dalam Komunikasi	136
Biodata Penulis	151

## **TINJAUAN MATA KULIAH**

### **A. Deskripsi Singkat**

Psikologi komunikasi merupakan salah satu mata kuliah pilihan bagi mahasiswa yang menempuh program studi S1 Psikologi. Psikologi komunikasi terklasifikasi sebagai mata kuliah pilihan bidang sosial. Mata kuliah ini memfasilitasi mahasiswa dengan pengalaman belajar tentang komunikasi dalam berbagai konteks guna memahami perilaku manusia. Mata kuliah membahas komunikasi dalam konteks intrapersonal, interpersonal, kelompok, antarkelompok, organisasi, budaya, dan publik.

Beberapa topik penting dibekalkan kepada mahasiswa yaitu pengantar psikologi komunikasi, pesan verbal, pesan non verbal, dinamika intrapersonal, teori dan tahap komunikasi interpersonal, komunikasi interpersonal dalam konteks pertemanan relasi romantis, komunikasi interpersonal dalam konteks keluarga, komunikasi kelompok, komunikasi anggota dan pemimpin kelompok, komunikasi antarkelompok, komunikasi organisasi, komunikasi budaya, komunikasi publik, serta isu-isu dalam komunikasi.

### **B. Relevansi**

Psikologi komunikasi memiliki relevansi yang sangat erat dengan mata kuliah psikologi yang lainnya, khususnya psikologi sosial sebagai mata kuliah prasyarat. Mata kuliah ini menjadi kesempatan bagi mahasiswa untuk mempelajari komunikasi dalam berbagai konteks guna memahami perilaku manusia. Dengan mengikuti mata kuliah psikologi komunikasi, mahasiswa akan memahami kondisi psikologis individu kaitannya dengan aktivitas komunikasi sehari-hari. Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa dapat mengambil mata kuliah pilihan sosial lainnya yang ditawarkan pada semester yang akan datang.

### **C. Kompetensi**

#### **a. Standar kompetensi**

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

b. Kompetensi dasar

Setelah diberikan materi ini, mahasiswa dapat:

- Mahasiswa mampu menjelaskan kajian psikologi komunikasi.
- Mahasiswa mampu menjelaskan pesan verbal dalam komunikasi.
- Mahasiswa mampu menjelaskan pesan non verbal dalam komunikasi.
- Mahasiswa mampu menjelaskan dinamika intrapersonal.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi interpersonal secara teoretis dan tahapannya.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi interpersonal dalam konteks pertemanan dan relasi romantis.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi interpersonal dalam konteks keluarga.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi kelompok.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi anggota dan pemimpin kelompok.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi antarkelompok.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi organisasi.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi budaya.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi publik.
- Mahasiswa mampu menggunakan konsep psikologi dalam memahami isu-isu dalam komunikasi.

c. Indikator

Kemampuan mahasiswa dalam menjelaskan, menerapkan, dan menyusun sesuai bahasan psikologi komunikasi diukur dengan akurasi minimal 80% benar

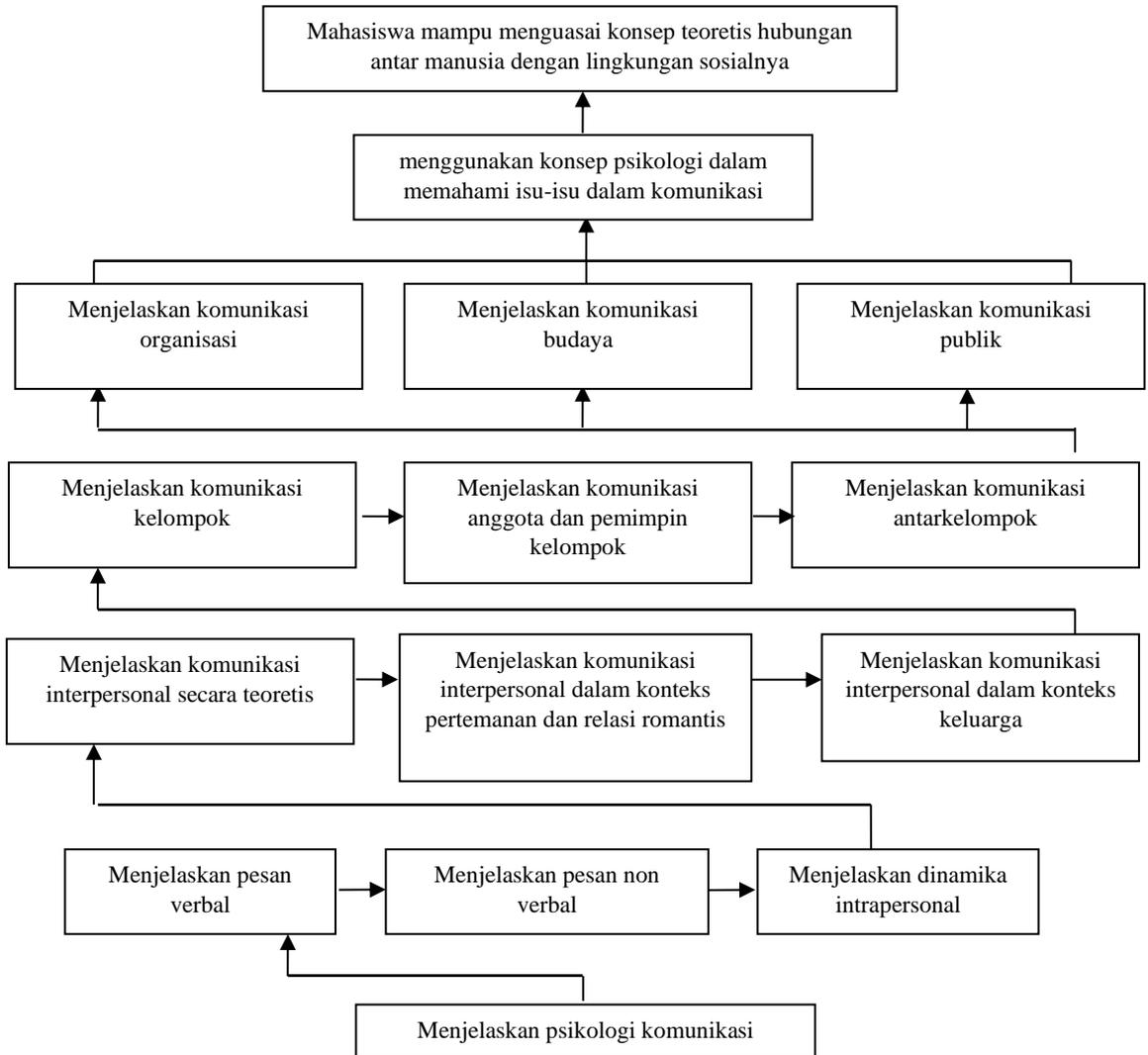
- Mahasiswa mampu menjelaskan kajian psikologi komunikasi.
- Mahasiswa mampu menjelaskan pesan verbal dalam komunikasi.
- Mahasiswa mampu menjelaskan pesan non verbal dalam komunikasi.
- Mahasiswa mampu menjelaskan dinamika intrapersonal.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi interpersonal secara teoretis dan tahapannya.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi interpersonal dalam konteks pertemanan dan relasi romantis.

- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi interpersonal dalam konteks keluarga.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi kelompok.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi anggota dan pemimpin kelompok.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi antarkelompok.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi organisasi.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi budaya.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi publik.
- Mahasiswa mampu menggunakan konsep psikologi dalam memahami isu-isu dalam komunikasi.

#### **D. Petunjuk Belajar**

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah dan diskusi kelompok kecil.

## ANALISIS PEMBELAJARAN



# 1

## PENGANTAR PSIKOLOGI KOMUNIKASI

### 1.1. Pendahuluan

#### 1.1.1. Deskripsi Singkat

Psikologi komunikasi merupakan salah satu mata kuliah pilihan bagi mahasiswa yang menempuh program studi sarjana psikologi. Psikologi komunikasi terklasifikasi sebagai mata kuliah pilihan bidang sosial. Mata kuliah ini memfasilitasi mahasiswa dengan pengalaman belajar tentang komunikasi dalam berbagai konteks guna memahami perilaku manusia. Mata kuliah ini membahas komunikasi dalam konteks intrapersonal, interpersonal, kelompok, antarkelompok, organisasi, budaya, dan publik. Pokok bahasan 1 membekali mahasiswa tentang pengertian psikologi komunikasi dan ruang lingkup psikologi komunikasi.

#### 1.1.2. Relevansi

Kajian dalam pokok bahasan 1 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab selanjutnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka bisa mempelajari pokok bahasan 2.

#### 1.1.3. Kompetensi

##### a. Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

##### b. Kompetensi Dasar

- Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian psikologi komunikasi dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan urgensi kajian komunikasi dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan ruang lingkup psikologi komunikasi dengan akurasi minimal 80%.

#### 1.1.4. Petunjuk Belajar

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah dan diskusi kelompok kecil.

## 1.2. Penyajian

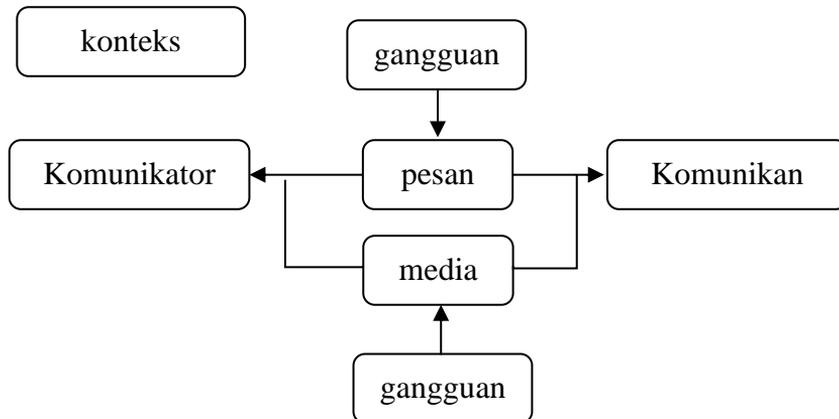
### 1.2.1. Pengertian Psikologi Komunikasi

Komunikasi merupakan bagian dalam interaksi kehidupan sehari-hari. Komunikasi adalah proses yang dilakukan oleh seseorang (komunikator) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan) (Hovland dkk, dalam Rakhmat, 2015). Menurut Tubbs dan Moss (2012), komunikasi melibatkan proses pemaknaan antara dua orang atau lebih. Sementara West dan Turner (2018) menjelaskan bahwa komunikasi ialah proses sosial yang melibatkan individu dalam menggunakan simbol guna melakukan interpretasi atas lingkungan. Dengan demikian, komunikasi adalah sesuatu aktivitas yang bersifat dinamis dan interaktif. Komunikasi bisa menggunakan simbol yang konkret (representasi objek) maupun abstrak (representasi ide).

Pada ranah ilmu psikologi, komunikasi dipelajari pada konteks kesadaran dan keperilakuan, baik pada komunikan maupun komunikator. Cabang psikologi yang secara khusus membahas tentang komunikasi ialah psikologi komunikasi (*communication psychology*). Psikologi komunikasi adalah ilmu yang menguraikan, memprediksi, dan mengontrol kesadaran dan perilaku dalam konteks komunikasi (Miller, dalam Rakhmat, 2015). Psikologi komunikasi merupakan bagian dari psikologi sosial yang membahas bagaimana kedudukan komunikasi dalam perilaku manusia (Aronson, 2016; Branscombe & Baron, 2017). Pada dinamika komunikasi, orang-orang saling memberi dan menerima pesan. Proses yang resiprokal tersebut tidak bisa lepas dari etika yang melingkupi maupun media yang digunakan, baik langsung maupun tidak langsung. Komunikasi penting untuk dipelajari oleh semua orang dalam rangka mengembangkan berbagai keterampilan (*skills*), mulai dari presentasi diri, relasional, berpikir kritis, hingga kepemimpinan.

Elemen dasar dalam komunikasi meliputi pengirim dan penerima pesan, pesan itu sendiri, konteks sosial, media, gangguan

yang mungkin terjadi, efek yang ditimbulkan, serta etika yang melingkupinya. Komunikasi ada yang mengacu pada model linier di mana komunikasi terjadi satu arah dari pengirim menuju penerima; serta ada mengacu pada model interaksional yang terjadi dua arah timbal balik antara pengirim-penerima. Berikut akan dibahas model interaksional (lihat Gambar 1.1.). Pengirim dan penerima pesan (*source – receiver*) merupakan dua individu yang saling berkirir pesan (*messages*). Sangat mungkin bagi keduanya untuk terlibat pertukaran posisi dari pengirim menjadi penerima dan dari penerima menjadi pengirim. Posisi ini tergantung dengan pesan apa yang sedang dibicarakan. Pesan dapat berwujud verbal maupun non verbal. Adapun media komunikasi atau yang kadang disebut sebagai saluran komunikasi (*communication channels*) merupakan jembatan pesan antara pengirim dan penerima pesan. Media ini bisa berupa bantuan teknologi, namun bisa juga tatap muka secara langsung. Saat berkomunikasi, kadang ada gangguan (*noise*) yang dapat mengubah kuantitas dan kualitas pesan. Misalnya, suara bising di balik telepon atau suara orang lain ketika sedang aktivitas belajar – mengajar. Hal yang tidak kalah penting adalah konteks sosial (*social context*). Konteks sosial menentukan apa dan bagaimana pemaknaan pada proses komunikasi.



Gambar 1.1. Elemen Dasar Komunikasi

### 1.2.2. Urgensi Komunikasi

Apa urgensi mengkaji komunikasi? Kajian komunikasi membantu seseorang untuk dapat melakukan komunikasi efektif.

Komunikasi dikatakan efektif jika pesan yang disampaikan komunikator sesuai dengan pemahaman komunikan. Goyer (dalam Tubbs & Moss, 2012) merumuskan komunikasi yang efektif dengan sebuah rumus sederhana (lihat Gambar 1.2). S adalah komunikator, sedangkan R adalah komunikan. Komunikasi yang bernilai 1 (efektif) menunjukkan bahwa ada keselarasan yang sempurna antara pemaknaan oleh komunikan dengan pemaknaan oleh komunikator.

$$\frac{R}{S} = \frac{\text{pemaknaan oleh komunikan}}{\text{pemaknaan oleh komunikator}} = 1$$

S : komunikator

R : komunikan

Gambar 1.2. Komunikasi Efektif

Saat terjadi komunikasi, ada dimensi yang terlibat sekaligus yaitu fisik, psikologis, temporal, dan kultural. Komunikan dan komunikator ada secara fisik, meskipun tidak harus saling bertemu secara langsung. Komunikasi melibatkan interaksi dan menghasilkan efek secara psikologis. Komunikasi juga terkait waktu dan konteks kultural yang melingkupinya. Satu frasa bahkan satu kata dapat berbeda makna antara satu budaya dengan budaya yang lainnya. Ada beberapa prinsip dalam komunikasi yang urgen diketahui ketika ingin mengkaji psikologi komunikasi (DeVito, 2018).

1. Komunikasi memiliki tujuan tertentu yang ingin diwujudkan (*purposeful*). Tujuan komunikasi antara lain adalah untuk mempelajari kepribadian, membangun relasi, membantu orang lain, mempengaruhi orang lain, dan membangun pengalaman.
2. Komunikasi merupakan pertukaran pesan verbal dan/atau pesan non verbal (*transactional*). Kadang kita menjumpai antara pesan satu dengan pesan yang lain saling menguatkan, namun acapkali kita juga menjumpai yang kontraproduktif.
3. Komunikasi merupakan proses penyesuaian antar individu yang terlibat dalam komunikasi (*process of adjustment*).

Artinya komunikasi mengandung transaksi yang disepakati oleh individu-individu yang berposisi sebagai komunikator-komunikan.

4. Komunikasi melibatkan dimensi konten/isi dan dimensi relasional (*content and relationship dimensions*). Komunikasi tidak hanya menyangkut pesan apa yang dikirim dan diterima, tetapi juga dimensi relasional antara pengirim dan penerima (komunikator dan komunikan) yang membuat satu pesan yang sama memiliki interpretasi yang berbeda.
5. Komunikasi membuka peluang adanya ambiguitas (*ambiguous*). Tidak dapat dipungkiri bahwa tidak selamanya maksud dan tujuan pengirim pesan dimaknai secara sama. Ambiguitas pesan ini bisa disengaja maupun tidak disengaja.
6. Komunikasi merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari oleh seseorang (*inevitable*). Dalam kondisi diam pun, bahkan, ada efek yang mengiringinya. Diamnya seorang komunikator, dapat mengirim berbagai pemaknaan bagi seorang komunikan.

### **1.2.3. Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi**

Apa saja ruang lingkup kajian dalam psikologi komunikasi? Psikologi komunikasi membahas tentang konsep-konsep pokok komunikasi dan aplikasi komunikasi pada berbagai level relasi. DeVito (2018) setidaknya membagi ruang lingkup psikologi komunikasi sebagai berikut:

1. Jenis pesan dalam komunikasi. Jenis pesan dalam komunikasi meliputi pesan verbal dan pesan non verbal. Pesan verbal merupakan pesan yang menggunakan kata-kata, sementara pesan non verbal merupakan pesan dengan bahasa tubuh. Kedua jenis pesan ini saling terikat satu sama lain. Keduanya bisa saling menguatkan, namun bisa juga saling menegasikan.
2. Dinamika intrapersonal. Dalam berkomunikasi dengan orang lain, terjadi proses mental di dalam diri individu. Dinamika intrapersonal menyoroti tentang kognisi, pembentukan konsep diri, persepsi, dan sikap.
3. Dinamika komunikasi interpersonal. Komunikasi yang bersifat interpersonal melibatkan relasi yang dekat antara komunikator

dan komunikasi interpersonal meliputi konteks komunikasi pertemanan, relasi romantis, dan keluarga.

4. Dinamika komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok dapat terjadi pada kelompok kecil maupun organisasi seperti perusahaan dan instansi pemerintah. Pada komunikasi kelompok maupun organisasi kerja, kerap ditemukan konflik dan resolusi konflik.
5. Dinamika komunikasi publik. Pada komunikasi publik, dikaji tentang bagaimana mempersiapkan dan menyampaikan pesan di depan umum, komunikasi yang informatif, maupun komunikasi yang persuasif.

Tubbs dan Moss (2012) menjelaskan bahwa ruang lingkup komunikasi meliputi komunikasi interpersonal, komunikasi wawancara, komunikasi kelompok kecil, komunikasi organisasional, komunikasi publik, komunikasi massa, serta komunikasi antarbudaya. Selaras dengan ruang lingkup yang disampaikan oleh Tubbs dan Moss (2012), West dan Turner (2018) menjelaskan ruang lingkup komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi intrapersonal, yaitu komunikasi yang terjadi dalam diri sendiri.
2. Komunikasi interpersonal, yaitu komunikasi yang terjadi antara dua orang yang saling timbal balik.
3. Komunikasi kelompok kecil, yaitu komunikasi yang terjadi pada kelompok dengan jumlah anggota yang kecil.
4. Komunikasi organisasi, yaitu komunikasi yang berlangsung pada kelompok orang yang terstruktur dan bertujuan.
5. Komunikasi publik, yaitu komunikasi antara komunikator dengan pendengar yang jumlahnya besar.
6. Komunikasi massa, yaitu komunikasi komunikator kepada pendengar dengan jumlah yang besar dan terkadang menggunakan media.
7. Komunikasi lintas budaya, yaitu komunikasi antara orang-orang dengan latar belakang budaya yang berbeda.

#### **1.2.4. Latihan**

Amatilah orang di sekitarmu! Catatlah bagaimana mereka saling berkomunikasi!

### 1.3. Penutup

#### 1.3.1. Rangkuman

Psikologi komunikasi merupakan bagian dari psikologi sosial yang membahas bagaimana kedudukan komunikasi dalam perilaku manusia. Elemen dasar dalam komunikasi adalah adanya pengirim dan penerima pesan, pesan itu sendiri, konteks sosial, media, Prinsip dalam komunikasi yang perlu diperhatikan adalah komunikasi memiliki tujuan, merupakan paket kesatuan sinyal, melibatkan penyesuaian, memiliki dimensi konten dan relasional, mempunyai peluang ambiguitas, serta tidak bisa dihindari. Ruang lingkup psikologi komunikasi meliputi jenis pesan, dinamika intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, serta komunikasi publik.

#### 1.3.2. Tes Formatif

1. Komunikasi dikaji dari berbagai disiplin ilmu. Psikologi komunikasi memberi penekanan kajian pada . . .
  - a. Antropologi
  - b. Politik
  - c. Perilaku
  - d. Ginealogi
  - e. Ekonomi
2. Berikut ini BUKAN meupakan elemen komunikasi
  - a. mata kuliah psikologi komunikasi
  - b. pengirim dan penerima pesan
  - c. pesan itu sendiri
  - d. konteks sosial
  - e. media
3. Menurut Goyer pemaknaan komunikator dan pemaknaan komunikan bernilai . . .
  - a. 2
  - b.  $1 \frac{1}{2}$
  - c. 1
  - d.  $\frac{1}{2}$
  - e.  $\frac{1}{5}$
4. Pembentukan konsep diri, persepsi, dan sikap merupakan bagian dari ruang lingkup psikologi komunikasi . . .

- a. Jenis pesan
  - b. Dinamika intrapersonal
  - c. Dinamika interpersonal
  - d. Dinamika kelompok
  - e. Dinamika publik
5. Komunikasi dalam pertemanan, relasi romantis, dan keluarga merupakan bagian dari ruang lingkup psikologi komunikasi . .
- ..
- a. Jenis pesan
  - b. Dinamika intrapersonal
  - c. Dinamika interpersonal
  - d. Dinamika kelompok
  - e. Dinamika publik
6. Sebutkan prinsip dalam komunikasi!
7. Sebutkan ruang lingkup psikologi komunikasi?

#### 1.3.3. Umpan Balik

Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar.

#### 1.3.4. Tindak Lanjut

Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.

#### 1.3.5. Kunci Jawaban

- 1. C
- 2. A
- 3. A
- 4. B
- 5. C
- 6. Prinsip dalam komunikasi yang perlu diperhatikan adalah komunikasi memiliki tujuan, merupakan paket kesatuan sinyal, melibatkan penyesuaian, memiliki dimensi konten dan relasional, mempunyai peluang ambiguitas, serta tidak bisa dihindari.
- 7. Ruang lingkup psikologi komunikasi meliputi jenis pesan, dinamika intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, serta komunikasi publik.

#### 1.4. Daftar Pustaka

- Aronson, E. Wilson, TD., Akert, R.M. Sommer, S.R. (2016). *Social psychology* (9<sup>th</sup> ed). New York, NY: Pearson Education.
- Branscombe, N. R., & Baron, R. A. (2017). *Social psychology*. Pearson Education Limited.
- DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course*. Hoboken, NJ: Pearson Higher Education.
- Rahkmat, J. (2015). *Psikologi komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Tubbs, S.L. & Moss, S. (2012). *Human communication: Prinsip-prinsip dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- West, R. & Turner, L.H. (2018). *Introducing communication theory: Analysis and application*. New York, NY: McGraw Hill.

# 2

## PERAN VERBAL

### 2.1. Pendahuluan

#### 2.1.1. Deskripsi Singkat

Seseorang dalam berkomunikasi dengan orang lain menggunakan pesan verbal maupun non verbal. Pesan verbal adalah pesan yang dikirim komunikator berwujud kata-kata. Pokok bahasan 2 membekali mahasiswa dengan bahasa, prinsip pesan verbal dan perbandingan antara konfirmasi dan diskonfirmasi.

#### 2.1.2. Relevansi

Kajian dalam pokok bahasan 2 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab selanjutnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka bisa mempelajari pokok bahasan 3.

#### 2.1.3. Kompetensi

##### a. Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

##### b. Kompetensi Dasar

- Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip pesan verbal dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan perbedaan antara konfirmasi dan diskonfirmasi dengan akurasi minimal 80%.

#### 2.1.4. Petunjuk Belajar

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah, presentasi mahasiswa, dan diskusi kelompok kecil.

## **2.2. Penyajian**

### **2.2.1. Bahasa**

Bahasa merupakan bagian penting dalam komunikasi yang didasarkan pada sistem simbol yang diucapkan dan disepakati masyarakat. Kita menggunakan bahasa agar bisa menyampaikan maupun menginterpretasikan isi hati dan pesan tertentu. Menurut pandangan Noam Chomsky, manusia sejak lahir memiliki sistem biologis yang berfungsi untuk mempelajari bahasa. Sebuah studi yang dilakukan oleh Ramirez-Ezparza dkk. (dalam King, 2020) menunjukkan bahwa bahasa berpengaruh terhadap kepribadian seseorang.

Penelitian Kuhl (dalam King, 2020) mengungkapkan bahwa jauh sebelum mulai belajar kata-kata, bayi dapat memilah suara yang diucapkan orang lain untuk mencari suara yang mengandung makna penting. Kata-kata pertama seorang anak diucapkan pada usia 10 hingga 13 bulan. Pada usia 18 hingga 24 bulan, anak-anak biasanya sudah mampu mengucapkan dua kata. Kita terus belajar bahasa sepanjang hidup. Berbagai studi menemukan fakta bahwa individu yang tidak belajar bahasa kedua sebelum masa pubertas, maka akan sulit untuk mendapatkan pemahaman dasar tentang bahasa kedua tersebut. Pengalaman anak, bahasa yang dipelajari, dan konteks pembelajaran dapat mempengaruhi pemerolehan bahasa. Cara orang dewasa berinteraksi dengan anak-anak dapat menjadi salah satu cara pembelajaran bahasa (King, 2020).

### **2.2.2. Prinsip Pesan Verbal**

Manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dengan orang lain baik pada level interpersonal maupun kelompok (Aronson, dkk., 2016), baik yang bersifat setara statusnya maupun yang tidak setara, misal antara anggota dan pemimpin kelompok (Brancombe & Baron, 2017). Komunikasi dapat berlangsung dengan pesan verbal maupun non verbal. Pesan verbal ialah segala macam komunikasi lisan dengan satu atau lebih kata (Tubbs & Moss, 2012). Pesan verbal dapat disengaja maupun tidak disengaja. Pesan verbal bisa terjadi secara sadar saat berkomunikasi dengan orang lain. Misalnya seorang pemimpin meminta sekretarisnya untuk membuat surat yang ditujukan untuk

instansi yang menjadi mitra. Di sisi lain, pesan verbal terjadi secara tidak sadar saat berkomunikasi dengan orang lain. Misalnya seorang dosen tanpa sengaja menyebut bahwa Sigmund Freud merupakan tokoh behaviorisme, padahal seharusnya merupakan tokoh psikoanalisis.

DeVito (2018) mengungkapkan setidaknya ada tujuh prinsip pesan verbal yaitu:

1. Makna ada pada orang yang terlibat komunikasi

Guna menangkap makna pesan, kita perlu untuk melihat orang yang terlibat dalam pembicaraan. Makna akan berubah mengikuti perubahan seseorang, meskipun pesan yang disampaikan tidak berubah atau sama saja. Misalnya, ketika seseorang suami mengucapkan "Aku mencintaimu" kepada istri, kita dapat menangkap makna tertentu. Tetapi ketika seorang suami tersebut mengucapkan pesan yang sama persis pada perempuan yang bukan istrinya, maka kita menangkap makna yang berbeda.

2. Makna denotatif dan makna konotatif

Denotasi mengacu pada makna kata yang dapat ditemukan dalam kamus, Denotasi merupakan makna yang diberikan oleh masyarakat atas sebuah kata. Konotasi mengacu pada makna kias dan emosional yang diberikan oleh komunikator-komunikasi pada sebuah kata. Kata-kata memiliki dua macam arti. Misalnya, makna denotatif kambing hitam yaitu kambing berwarna hitam dan makna konotatif kambing hitam yaitu orang yang dipersalahkan.

3. Makna tergantung konteks

Komunikasi verbal dan nonverbal ada dalam suatu konteks. Konteks tersebut menentukan arti dari setiap perilaku verbal atau nonverbal. Kata atau perilaku yang sama mungkin memiliki arti yang sangat berbeda jika muncul dalam konteks yang berbeda. Misalnya, sapaan "Apa kabar?" berarti "Halo" kepada seseorang yang sering ditemui di jalan. Sapaan "Apa kabar?" berarti "Apakah kesehatan Anda membaik?" ketika dikatakan kepada seorang teman di rumah sakit.

4. Pesan bervariasi pada tingkat kesopanan  
Pesan bervariasi dalam tingkat kesopanan. Pesan yang sopan dapat memberikan kesan positif terhadap orang lain (contohnya pujian atau komentar yang positif di Twitter). Pesan tersebut membantu orang lain agar tetap mempertahankan ekspresi positif. Pesan juga membuat orang menghargai hak orang lain untuk mandiri dan otonom (contohnya, meminta izin atas sebuah perilaku). Hal tersebut membantu orang lain mempertahankan otonomi. Sebaliknya, pesan yang tidak sopan justru membuat kesan yang negatif dan tidak otonom.
5. Pesan bersifat *onymous* atau *anonymous*  
Beberapa pesan bersifat *onymous* atau “ditandatangani”. Artinya, penulis pesan teridentifikasi dengan jelas. Misalnya penulis buku, teks berita, artikel, dan tentu saja dalam komunikasi tatap muka atau melalui telepon atau *online meeting*. Dalam banyak kasus, kita dapat menanggapi langsung pembicara/penulis dan menyuarakan pendapat kita dan persetujuan atau ketidaksetujuan kita. Sedangkan pesan lainnya bersifat *anonymous*, yakni penulis pesan tidak teridentifikasi. Misalnya, pada kuesioner evaluasi pembelajaran di fakultas di mana identitas mahasiswa tidak dipublikasikan.
6. Pesan bervariasi pada tingkat keasertifannya  
Orang-orang asertif menganut filosofi "Saya menang, Anda menang". Orang yang asertif berasumsi bahwa kedua belah pihak dapat memperoleh sesuatu dari suatu interaksi. Orang yang asertif lebih positif dan memiliki nilai lebih rendah pada ukuran keputusan daripada orang yang tidak tegas. Orang yang asertif bersedia menuntut haknya sendiri. Namun tidak seperti orang yang agresif, bagaimanapun, orang yang asertif tidak memiliki intensi untuk menyakiti orang lain. Orang yang asertif santun dalam mengutarakan pendapatnya dan menerima eksistensi orang lain.
7. Pesan bisa benar, namun bisa juga menipu  
Dalam komunikasi, pesan terkadang benar namun terkadang juga menipu. Meskipun kita mengasumsikan bahwa orang mengatakan kebenaran, beberapa orang memang berbohong. Faktanya, banyak pandangan berbohong sebagai hal yang cukup

umum baik dalam politik, bisnis, atau hubungan interpersonal. Satu kebohongan akan menghasilkan kebohongan yang lain. Orang tentu lebih menyukai orang lain yang mengatakan kebenaran daripada mengatakan kebohongan. Jadi, berbohong perlu diberikan perhatian dalam pertimbangan dalam membangun komunikasi yang efektif.

### **2.2.2. Konfirmasi dan Diskriminasi**

Konfirmasi adalah pola komunikasi di mana seseorang mengakui kehadiran orang lain serta menerima orang lain beserta pesan dan eksistensinya. Adapun diskonfirmasi merupakan pola komunikasi di mana seseorang mengabaikan kehadiran seseorang serta pesan yang disampaikan. Dalam pola komunikasi diskonfirmasi ini, seseorang menganggap bahwa apa yang orang lain tersebut katakan adalah sesuatu yang tidak perlu mendapat perhatian serius. Seseorang juga menunjukkan pengabaian usaha dan kontribusi orang lain, sehingga tidak ada alasan yang kuat baginya untuk menyibukkan diri dengan orang lain tersebut (DeVito, 2018).

Bentuk ekstrim dari diskonfirmasi disebut pengucilan, di mana anggota dalam komunitas secara total mengabaikan orang yang telah melanggar satu atau lebih aturan penting atau budaya yang ada dalam komunitas tersebut. Tujuan dari pengucilan yaitu untuk membuat orang yang dikucilkan tersebut dapat kembali melakukan hal-hal yang sesuai dengan aturan atau norma-norma yang berlaku dalam komunitas tersebut. Yang perlu diperhatikan adalah diskonfirmasi tidak sama dengan penolakan. Dalam penolakan, seseorang tidak setuju dengan orang lain, serta menunjukkan keengganan untuk menerima sesuatu yang orang tersebut katakan atau lakukan. Tetapi, dalam diskonfirmasi, seseorang menolak sama sekali serta tidak menganggap apa yang orang lain katakan atau lakukan.

### **2.2.3. Latihan**

Carilah teman yang memiliki organisasi di kampus, lalu analisis apa yang menjadi motivasi bergabung di dalamnya!

## 2.3. Penutup

### 2.3.1. Rangkuman

Pesan verbal adalah pesan yang dikirim dengan kata-kata. Ada tujuh prinsip pesan verbal yaitu makna ada pada orang, makna bersifat denotatif dan konotatif, makna tergantung konteks, pesan bervariasi pada tingkat kesopanan, pesan dapat bersifat onymous atau anonymous, pesan bervariasi pada keasertifannya, serta pesan bisa benar dan juga menipu. Dalam berkomunikasi kerap ada konfirmasi dan diskonfirmasi. Konfirmasi adalah pola komunikasi dimana Anda mengakui kehadiran orang lain, seberapa pentingnya orang itu, dan penerimaan Anda terhadap orang tersebut. Adapun Diskonfirmasi merupakan pola komunikasi di mana Anda mengabaikan kehadiran seseorang serta pesan yang disampaikan oleh orang tersebut.

### 2.3.2. Tes Formatif

1. Kata atau perilaku yang sama mungkin memiliki arti yang sangat berbeda jika muncul dalam situasi yang berbeda. Hal ini menunjukkan prinsip komunikasi. . .
  - a. makna bersifat denotatif
  - b. makna bersifat konotatif
  - c. makna tergantung konteks
  - d. makna bersifat onymous
  - e. makna bersifat anonymous
2. Dalam komunikasi ada makna emosional yang diberikan oleh pembicara-pendengar tertentu pada sebuah kata. Hal ini menunjukkan prinsip komunikasi . . .
  - a. makna bersifat denotatif
  - b. makna bersifat konotatif
  - c. makna tergantung konteks
  - d. makna bersifat onymous
  - e. makna bersifat anonymous
3. Berikut ini BUKAN merupakan ciri-ciri asertif . . .
  - a. menganut filosofi komunikator-komunikasi sama-sama menang
  - b. mereka tidak menyakiti orang lain dalam proses komunikasi
  - c. mengutarakan pendapat dengan cara yang santun

- d. menyambut baik perbuatan orang lain
  - e. membicarakan sesuatu hal seperlunya
4. A menganggap bahwa apa yang dikatakan B adalah sesuatu yang tidak perlu mendapat perhatian serius. Apa yang dilakukan A merupakan . . .
    - a. Konfirmasi
    - b. Diskonfirmasi
    - c. Persepsi
    - d. Atribusi
    - e. Prososial
  5. Dalam komunikasi kerap ada penolakan. Berikut ini merupakan karakteristik dari penolakan . . .
    - a. Penolakan sama dengan diskonfirmasi
    - b. Penolakan sama dengan pengucilan
    - c. Penolakan sama sekali tidak menganggap keberadaan orang lain
    - d. Penolakan sama sekali tidak mau mendengar orang lain
    - e. Penolakan itu mendengar namun tidak ada titik temu
  6. Sebutkan prinsip dalam pesan verbal?
  7. Jelaskan perbedaan konfirmasi dan diskonfirmasi?

### 2.3.3. Umpan Balik

Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar.

### 2.3.4. Tindak Lanjut

Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.

### 2.3.5. Kunci Jawaban

1. C
2. B
3. E
4. B
5. E
6. Makna ada pada orang, makna bersifat denotatif dan konotatif, makna tergantung konteks, pesan bervariasi pada tingkat kesopanan, pesan dapat bersifat onymous atau anonymous,

pesan bervariasi pada keasertifannya, serta pesan bisa benar dan juga menipu.

7. Konfirmasi adalah pola komunikasi dimana Anda mengakui kehadiran orang lain, seberapa pentingnya orang itu, dan penerimaan Anda terhadap orang tersebut. Adapun Diskonfirmasi merupakan pola komunikasi di mana Anda mengabaikan kehadiran seseorang serta pesan yang disampaikan oleh orang tersebut.

#### **2.4. Daftar Pustaka**

- Aronson, E. Wilson, TD., Akert, R.M. Sommer, S.R. (2016). *Social psychology* (9<sup>th</sup> ed). New York, NY: Pearson Education.
- Branscombe, N. R., & Baron, R. A. (2017). *Social psychology*. Pearson Education Limited.
- DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course*. Hoboken, NJ: Pearson Higher Education.
- King, L. (2020). *The science of psychology: an appreciative view*. Mc Graw Hill.

# 3

## PESAN NON VERBAL

### 3.1. Pendahuluan

#### 3.1.1. Deskripsi Singkat

Seseorang dalam berkomunikasi menggunakan pesan verbal maupun non verbal. Jika pesan verbal adalah pesan yang disampaikan dengan kata-kata, maka pesan non verbal menggunakan berbagai hal selain kata-kata, mulai dari kontak mata hingga gerakan tubuh. Pokok bahasan 3 membekali mahasiswa dengan prinsip pesan non verbal dan saluran komunikasi pesan non verbal.

#### 3.1.2. Relevansi

Kajian dalam pokok bahasan 3 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab selanjutnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka bisa mempelajari pokok bahasan 4.

#### 3.1.3. Kompetensi

##### a. Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

##### b. Kompetensi Dasar

- Mahasiswa mampu menguraikan prinsip pesan non verbal dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan saluran komunikasi pesan non verbal dengan akurasi minimal 80%.

#### 3.1.4. Petunjuk Belajar

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah, presentasi mahasiswa, dan diskusi kelompok kecil.

## **3.2. Penyajian**

### **3.2.1. Prinsip Pesan Non Verbal**

Komunikasi juga dapat dilakukan secara non verbal (Pearson, dkk., 2017). Berikut ini adalah beberapa prinsip komunikasi dengan pesan non verbal yang sangat penting dalam interaksi sosial (DeVito, 2018).

#### **1. Pesan nonverbal berinteraksi dengan pesan verbal**

Pesan verbal dan pesan nonverbal berinteraksi satu sama lain dalam enam cara yaitu memberi aksentuasi, melengkapi, mengkontradiksi, mengontrol, mengulang, dan menggantikan satu sama lain.

- a. Memberi aksentuasi. Komunikasi nonverbal sering digunakan untuk memberikan aksentuasi atau penekanan beberapa bagian dari pesan verbal. Misalnya, meninggikan suara untuk menggarisbawahi kata tertentu.
- b. Menjadi pelengkap. Komunikasi nonverbal dapat digunakan untuk melengkapi sebuah pesan untuk menambahkan nuansa yang tidak dikomunikasikan oleh pesan verbal. Misalnya, mengerutkan kening dan menggelengkan kepala saat tidak setuju akan suatu hal.
- c. Menunjukkan kontradiksi. Secara tidak sengaja individu mengkontradiksikan pesan verbal dengan pesan nonverbal. Misalnya, menyatakan tidak berbohong namun mengedipkan mata dengan frekuensi yang tidak wajar atau menyatakan diri tegar namun mengeluarkan air mata.
- d. Mengontrol. Gerakan nonverbal dapat digunakan untuk menunjukkan keinginan untuk mengontrol aliran pesan verbal. Misalnya, mengerutkan bibir, mencondongkan tubuh ke depan, atau membuat gerakan tangan untuk menunjukkan bahwa ingin berbicara.
- e. Mengulang. Mengulangi atau menyatakan kembali pesan verbal secara nonverbal. Misalnya, mengikuti kata-kata “apa anda baik-baik saja?” dengan alis terangkat dan tatapan bertanya-tanya.
- f. Menggantikan. Komunikasi nonverbal bisa digunakan untuk menggantikan pesan verbal. Misalnya, memberi tanda persetujuan dengan gerakan jempol tangan saja. Saat ini

lazim terjadi komunikasi secara elektronik dengan mengetik di *smartphone* tanpa ekspresi wajah atau gerakan tangan yang biasanya menyertai komunikasi secara tatap muka. Guna mengimbangi kurangnya perilaku nonverbal, diciptakanlah *emoticon* atau emoji. *Emoticon* ini sebagai pengganti pesan nonverbal.

2. Pesan non verbal membangun pengelolaan kesan  
Sebagian besar orang membangun kesan melalui komunikasi nonverbal. Mulai dari ukuran tubuh, warna kulit, gaya berpakaian, kontak mata, hingga ekspresi wajah. Seseorang juga menggunakan strategi pesan nonverbal yang berbeda untuk membuat kesan yang berbeda pula. Masing-masing strategi ini digunakan untuk menampilkan diri di hadapan orang lain. Sebagai contoh agar disukai, seseorang memberikan senyuman, menepuk punggung seseorang, dan berjabat tangan dengan hangat.
3. Pesan non verbal membantu pembentukan hubungan  
Sebagian besar relasi menggunakan pesan nonverbal. Misalnya dalam mengkomunikasikan kasih sayang, dukungan, dan cinta. Seseorang terkadang tidak sengaja mengkomunikasikan ketidaksenangan, kemarahan, dan permusuhan melalui pesan nonverbal. Seseorang menggunakan pesan nonverbal untuk mengomunikasikan sifat hubungannya dengan orang lain. Tanda-tanda yang mengkomunikasikan status hubungan yang dikenal sebagai "tanda mengikat". Dua orang menunjukkan tanda-tanda bagaimana hubungan mereka saling terikat. Tanda-tanda keintiman dalam sebuah hubungan bervariasi, misalnya berpegangan tangan, berpelukan, serta berciuman.
4. Pesan non verbal membantu struktur percakapan  
Saat dalam percakapan, masing-masing individu memberi dan menerima isyarat bahwa siap untuk berbicara, mendengarkan, atau mengomentari apa yang baru saja diucapkan orang lain. Isyarat ini mengatur bagaimana komunikasi terjalin. Isyarat untuk mengambil giliran mungkin diungkapkan secara verbal dengan menanyakan "Bagaimana menurutmu?", tetapi bisa jua diungkapkan dengan pesan nonverbal seperti anggukan kepala ke arah orang lain, misalnya, menandakan bahwa individu siap

untuk berhenti berbicara dan ingin orang lain tersebut mengatakan sesuatu. Bisa juga menunjukkan bahwa individu mendengarkan dan ingin percakapan berlanjut atau tidak mendengarkan dan ingin percakapan berakhir. Sebagian besar melalui pesan nonverbal.

5. Pesan non verbal mempengaruhi dan menipu

Individu tidak hanya dapat mempengaruhi orang lain dengan apa yang mereka katakan secara verbal, tetapi individu juga dapat mempengaruhi orang lain menggunakan sinyal nonverbal. Sebagai contoh seperti saat seorang individu mengatakan akan berkomitmen dengan suatu organisasi. Individu tersebut mengatakan “Saya akan dengan mudah menyesuaikan diri dengan organisasi ini” diikuti dengan gerakan-gerakan yang meyakinkan serta dengan pakaian yang mendukung. Dengan kemampuan dapat mempengaruhi orang lain, bukan tidak mungkin juga muncul kemampuan untuk menipu, berbohong, menyesatkan orang agar berpikir apa yang benar itu salah dan begitu juga sebaliknya berpikir bahwa apa yang salah itu benar. Salah satu contoh penipuan nonverbal adalah menggunakan mata dan ekspresi wajah untuk mengkomunikasikan perasaan suka kepada orang lain saat seseorang hanya butuh untuk mendapatkan dukungan orang lain.

6. Pesan non verbal sangat penting untuk ekspresi emosional

Ekspresi nonverbal mengkomunikasikan pengalaman emosional individu, seperti perasaan senang, sedih, atau bingung dengan menggunakan ekspresi wajah. Selain menggunakan ekspresi wajah, untuk mengekspresikan emosional seseorang bisa juga menggunakan postur tubuh, gerak tubuh gerakan mata dan bahkan menggunakan pelebaran pupil mata. Pesan nonverbal membantu pesan yang tidak menyenangkan atau pesan yang mungkin perasaan tidak nyaman untuk diungkapkan dengan kata-kata. Misalnya, menghindari kontak mata dan menjaga jarak yang jauh dengan seseorang yang tidak diinginkan untuk berinteraksi.

### 3.2.2. Saluran Komunikasi Non Verbal

1. Komunikasi tubuh (*body communication*). Secara umum, penampilan dan daya tarik secara fisik merupakan salah satu cara berkomunikasi yang paling mudah untuk dilihat.
2. Komunikasi wajah (*facial communication*). Gerakan wajah (*facial movements*) mampu mengkomunikasikan berbagai macam emosi. Yang paling sering dipelajari adalah kebahagiaan, kejutan, ketakutan, kemarahan, kesedihan, jijik, dan penghinaan. Teknik manajemen wajah memungkinkan seseorang untuk mengontrol sejauh mana dia dapat mengungkapkan emosi yang dirasakannya kepada orang lain.
3. Komunikasi mata (*eye communication*). Seseorang dapat menerima umpan balik, menerima sinyal dari orang lain untuk berbicara, menunjukkan sifat suatu hubungan, atau mengimbangi peningkatan jarak fisik melalui kontak mata (*eye contact*). Seseorang yang memalingkan/ menghindari pandangan bisa diartikan dengan ketidaktertarikan terhadap lawan bicaranya.
4. Jarak (*space communication*). Ada empat jarak dalam berkomunikasi yaitu a) Jarak intim, mulai dari 0 hingga 18 inci; b) Jarak pribadi, mulai dari 18 inci hingga 4 kaki; c) Jarak sosial, mulai dari 4 hingga 12 kaki; dan d) Jarak publik, mulai dari 12 hingga lebih dari 25 kaki. Seberapa jauh jarak interaksi seseorang dengan orang lain dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti status, budaya, konteks, materi pelajaran, jenis kelamin, usia, dan evaluasi positif atau negatif dari orang lain.
5. Artifaktual (*Artifactual communication*) terdiri dari pesan yang disampaikan melalui properti yang digunakan atau ditunjukkan seseorang. Misalnya, komunikasi melalui warna, pakaian dan perhiasan tubuh, dan dekorasi ruang.
6. Sentuhan (*touch communication*). Dalam perkembangan hidup manusia, indera yang pertama kali digunakan untuk mengenali lingkungan adalah sentuhan. Bayi yang ada dalam kandungan pun dirangsang dengan sentuhan. Begitu juga setelah lahir, bayi akan dipegang, ditepuk, dan dibelai lewat sentuhan. Peneliti di bidang *haptics* mengidentifikasi ada lima makna dari sentuhan.
7. Vokalik atau *para language*. *Para language* adalah dimensi vokal dalam berbicara. Tidak berkaitan dengan apa yang

diucapkannya secara verbal, namun berkaitan dengan bagaimana seseorang menyampaikan perkataannya dalam berbicara. Hal ini dapat dilihat dari tinggi atau rendahnya nada bicara, ritme, jeda, atau keragu-raguan seseorang dalam bicara. Selain itu juga dapat dilihat dari komunikasi seperti menangis, berbisik, menguap, dan berteriak. Sebagai contoh, seseorang akan menyampaikan sesuatu yang dianggap rahasia atau sensitif kepada orang lain dengan berbisik.

8. Diam (*silence*). Seperti bentuk komunikasi non verbal lain seperti gerak, mata, sentuhan, dan yang lainnya, diam juga dapat digunakan sebagai cara berkomunikasi. Beberapa fungsi dan tujuan diam adalah memberi waktu untuk berpikir, menyakiti, mengurangi kecemasan, mencegah komunikasi, dan mengkomunikasikan emosi.
9. Waktu (*time communication*). Seseorang dapat mengkomunikasikan sesuatu pesan dengan mengatur kapan pesan idealnya disampaikan. Waktu interpersonal mengacu pada berbagai macam waktu yang berhubungan dengan elemen yang kemudian membentuk interaksi interpersonal. Seorang mahasiswa tentu tidak akan menggunakan waktu malam hari untuk menghubungi dosennya. Namun sesama kolega dosen masih mungkin berkomunikasi untuk membicarakan urusan kampus di luar jam kerja.
10. Aroma (*smell communication*). Komunikasi melalui bau yang dapat dicium oleh indra penciuman ini sangat penting dalam berbagai situasi. Seseorang akan memastikan aroma tubuhnya harum ketika bertemu dengan orang yang spesial.

### **3.2.3. Latihan**

Cari dan reviulah jurnal tentang komunikasi non verbal!

## **3.3. Penutup**

### **3.3.1. Rangkuman**

Ada beberapa prinsip komunikasi nonverbal antara lain adalah pesan non verbal berinteraksi dengan pesan verbal, pesan non verbal membantu pengelolaan kesan, pesan non verbal membantu pembentukan hubungan, pesan non verbal membantu

struktur percakapan, pesan non verbal dapat mempengaruhi atau menipu, serta pesan non verbal sangat penting untuk ekspresi emosional. Saluran komunikasi non verbal meliputi tubuh, wajah, mata, jarak, artifaktual, sentuhan, vokalik, diam, waktu, dan aroma.

### 3.3.2. Tes Formatif

1. Berikut ini BUKAN merupakan komunikasi non verbal . . .
  - a. Mata
  - b. Sentuhan
  - c. Ekspresi wajah
  - d. Perkataan
  - e. Aroma
2. Ketika dua orang berkomunikasi interpersonal maka jarak yang digunakan adalah jarak . . .
  - a. Intim
  - b. Personal
  - c. Sosial
  - d. Publik
  - e. Umum
3. Komunikasi yang terjadi di dalam kelas menggunakan jarak . . .
  - a. Intim
  - b. Personal
  - c. Sosial
  - d. Publik
  - e. Umum
4. Diory berkenalan dengan Rena saat moodnya dalam keadaan buruk. Akhirnya, Diory pun membangun persepsi yang buruk tentang Rena. Kondisi Diory dinamakan ...
  - a. Mood congruence effects
  - b. Mood-dependent memory
  - c. Affective forecast
  - d. Atribusi inferensial
  - e. Atribusi kausal
5. Adanya hubungan antara ekspresi wajah yang ditampilkan dengan emosi internal merupakan pengertian dari ...
  - a. *Microexpressions*
  - b. *Interchannel discrepancies*

c. *Exaggerated facial expressions*

d. *Hipotesis facial feedback*

e. Kontak mata

6. Sebutkan prinsip komunikasi non verbal!

7. Jelaskan mengapa jarak termasuk salah satu saluran komunikasi non verbal!

### 3.3.3. Umpan Balik

Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar.

### 3.3.4. Tindak Lanjut

Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.

### 3.3.5. Kunci Jawaban

1. D

2. B

3. C

4. A

5. D

6. Ada beberapa prinsip komunikasi nonverbal antara lain adalah pesan non verbal berinteraksi dengan pesan verbal, pesan non verbal membantu pengelolaan kesan, pesan non verbal membantu pembentukan hubungan, pesan non verbal membantu struktur percakapan, pesan non verbal dapat mempengaruhi atau menipu, serta pesan non verbal sangat penting untuk ekspresi emosional.

7. Jarak termasuk salah satu saluran komunikasi non verbal, selain tubuh, wajah, mata, artifaktual, sentuhan, vokalik, diam, waktu, dan aroma. Ada empat jarak dalam berkomunikasi yaitu a) Jarak intim, mulai dari 0 hingga 18 inci; b) Jarak pribadi, mulai dari 18 inci hingga 4 kaki; c) Jarak sosial, mulai dari 4 hingga 12 kaki; dan d) Jarak publik, mulai dari 12 hingga lebih dari 25 kaki. Seberapa jauh jarak seseorang dengan orang lain ketika sedang berkomunikasi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti status, budaya, konteks, materi pelajaran, jenis kelamin, usia, dan evaluasi positif atau negatif dari orang lain

### **3.4. Daftar Pustaka**

DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course*. Hoboken, NJ: Pearson Higher Education.

Pearson, J.D., Nelson, P.E., Titsworth, S., Hosek, A. M. (2017). *Human communication*. New York: Mc Graw Hill Education.

# 4

## DINAMIKA INTRAPERSONAL

### 4.1. Pendahuluan

#### 4.1.1. Deskripsi Singkat

Psikologi komunikasi membahas dinamika komunikasi pada berbagai level atau konteks, mulai dari intrapersonal, interpersonal, kelompok, dan antarkelompok. Dinamika intrapersonal merujuk pada proses mental yang terjadi dalam diri individu ketika berkomunikasi dengan orang lain. Dinamika intrapersonal menyoroti tentang kognisi, pembentukan konsep diri, persepsi, dan sikap. Pokok bahasan 4 membekali mahasiswa dengan konsep komunikasi intrapersonal, berpikir, persepsi, sikap, serta kaitan sikap dan perilaku.

#### 4.1.2. Relevansi

Kajian dalam pokok bahasan 4 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab selanjutnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka bisa mempelajari pokok bahasan 5.

#### 4.1.3. Kompetensi

##### a. Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

##### b. Kompetensi Dasar

- Mahasiswa mampu menjelaskan dinamika berpikir dan persepsi dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan kaitan sikap dan perilaku dengan akurasi minimal 80%.

#### 4.1.4. Petunjuk Belajar

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah, presentasi mahasiswa, dan diskusi kelompok kecil.

## **4.2. Penyajian**

### **4.2.1. Komunikasi Intrapersonal**

Komunikasi intrapersonal merupakan proses komunikasi yang terjadi dengan diri sendiri. Komunikasi intrapersonal berwujud dialog internal yang berlangsung dalam sistem kognisi seseorang, mulai dari menerima, menyeleksi, mengolah, dan menyimpan informasi serta mengingat dan menggunakan informasi ketika dibutuhkan. Komunikasi intrapersonal dominan dilakukan dibandingkan dengan jenis komunikasi lainnya (West & Turner, 2018). Penilaian terhadap orang lain dan diri sendiri terjadi dalam komunikasi intrapersonal. Satir (dalam West & Turner, 2018) menyebut bahwa dialog internal menolong seseorang untuk memperkuat harga diri (*self esteem*). Riset tentang komunikasi intrapersonal meliputi kognisi, persepsi, intensi, motivasi, dan sikap.

Sebagaimana kita ketahui bersama, otak manusia sangat kompleks namun fleksibel. Otak khususnya fungsi kognitif membantu kita untuk mempelajari aturan baru, hubungan, konsep, dan pola yang dapat digeneralisasi ke situasi baru. Kemampuan kognitif manusia lebih canggih daripada komputer. Manusia sadar akan keberadaan dirinya sendiri, sedangkan komputer tidak seperti itu. Seseorang dapat berpikir kompleks ketika dihadapkan pada situasi yang menuntutnya berkomunikasi dengan orang lain. Secara sederhana, berpikir dapat dipahami sebagai proses memanipulasi informasi secara mental dengan membentuk konsep, memecahkan masalah, membuat keputusan, dan melakukan refleksi secara kritis atau kreatif.

### **4.2.2. Berpikir**

Berbicara tentang intrapersonal, maka erat kaitannya dengan kemampuan seseorang dalam berpikir. Berpikir merupakan proses memanipulasi informasi secara mental dengan membentuk konsep, memecahkan masalah, membuat keputusan, dan melakukan refleksi secara kritis atau kreatif. Berpikir merupakan sebuah aktivitas yang termasuk kedalam proses tingkat tinggi dari penalaran dan pengambilan keputusan (King, 2020).

Penalaran (*reasoning*) adalah kegiatan mental yang mentransfer informasi untuk mencapai sebuah kesimpulan. *Reasoning* dapat dibedakan menjadi dua. Pertama, *inductive reasoning* (penalaran induktif). *Inductive reasoning* merupakan proses pengambilan keputusan dari observasi spesifik menjadi sebuah keputusan yang bersifat umum (general). Contohnya adalah ketika kita meminum susu dari wadah dan ternyata rasanya asam. Kita akan menggunakan *inductive reasoning* ketika membuang seluruh susu di dalam wadah walaupun anda belum merasakan setiap tetesnya. Kedua, *deductive reasoning* (penalaran deduktif). *Deductive reasoning* adalah proses penalaran dari prinsip yang bersifat umum menjadi sebuah contoh yang spesifik. Contohnya adalah ketika seorang psikolog mengembangkan hipotesis dari sebuah teori, mereka menggunakan bentuk penalaran deduktif, karena hipotesis merupakan perluasan logis dari teori umum (King, 2020).

Pengambilan keputusan (*decision making*) merupakan sebuah aktivitas mental dalam mengevaluasi alternatif dan memilih diantara mereka (berbagai pilihan). Membuat keputusan berarti menimbang informasi untuk sampai pada sebuah kesimpulan yang dirasa akan memaksimalkan hasil (King, 2020). Psikolog sering memisahkan sistem penalaran dan pengambilan keputusan kedalam dua level yaitu *automatic* dan *controlled system*. *Automatic system* melibatkan pemrosesan yang cepat, heuristik, asosiatif, dan intuitif; yang memerlukan untuk mengikuti firasat seseorang tentang keputusan tertentu. Sedangkan *controlled system* melibatkan proses yang lebih lambat, mudah, dan analitis. Hal ini membuat *controlled system* melibatkan refleksi sadar. Jenis pemikiran seperti ini diperlukan untuk memecahkan masalah matematika yang sulit.

#### **4.2.3. Persepsi terhadap Diri**

##### *Pengetahuan tentang Diri Sendiri (Self-Knowledge)*

Ada beberapa cara yang dapat kita lakukan untuk memperoleh pengetahuan mengenai diri kita. Salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan mencoba menganalisa diri kita sendiri. Introspeksi dengan cara memikirkan faktor-faktor yang

membuat kita menjadi diri kita sendiri adalah cara yang berguna untuk mempelajari diri (Branscombe & Baron, 2017).

Cara lain yang dapat digunakan adalah dengan melihat diri kita sendiri sebagaimana yang orang lain lihat tentang kita. Terkadang orang lain lebih akurat dalam memprediksi perilaku kita daripada diri kita sendiri. Jadi, salah satu cara yang bisa kita coba untuk belajar tentang diri kita sendiri adalah dengan mengambil perspektif pengamat (*observer's standpoint*) tentang masa lalu kita sendiri (Branscombe & Baron, 2017). Aktor dan pengamat berbeda dalam fokus perhatian mereka. Pengamat cenderung tidak terpengaruh dengan mengetahui niat dan lain sebagainya. Pengamat berpotensi memiliki wawasan yang lebih besar tentang kapan kita akan berperilaku seperti yang telah kita lakukan di masa lalu. Sebaliknya, sebagai aktor, kita mengarahkan perhatian kita ke luar, dan cenderung mengaitkan perilaku lebih banyak dengan penyebab situasional (misalnya, kemacetan yang membuat saya terlambat, atau kondisi rumah membuat saya tidak fokus dalam belajar). Pengamat memusatkan perhatian mereka secara langsung pada aktor. Pengamat cenderung mengaitkan penyebab yang lebih disposisional untuk perilaku yang sama. Oleh karena itu, jika kita mengambil perspektif pengamat tentang diri kita sendiri, kita harus lebih cenderung mengkarakterisasi diri kita dalam istilah disposisi atau sifat (Branscombe & Baron, 2017)

Teori identitas sosial (Tajfel & Turner, dalam Branscombe & Baron, 2017) memperlihatkan bahwa kita dapat memandang diri kita secara berbeda dari waktu ke waktu. Hal tersebut tergantung di mana kita berada. Saat kita menilai sebagai diri identitas personal (*personal identity*), kita akan menganggap diri kita sebagai individu. Kita mendefinisikan diri sebagai individu yang unik, berbeda satu sama lain serta, memiliki kelebihan tertentu. Sebaliknya, saat kita berada di lingkungan sosial, kita menganggap diri kita sebagai anggota dari kelompok sosial tertentu. Kita mendefinisikan diri dengan identitas sosial (*social identity*). Kita akan memikirkan bagaimana kita berperilaku dan agar diterima di masyarakat. Kita akan mengetahui keunggulan diri kita ketika memasuki suatu kelompok. Saat kita memasuki kelompok yang

memiliki dominasi baik, kita pun akan memiliki kepercayaan diri yang baik pula.

#### *Kontrol Diri (Self-Control)*

*Self-control* merupakan kemampuan untuk melakukan pengendalian diri yang mengacu pada keselarasan pikiran, perasaan, dan tindakan. Kontrol diri (self-control) adalah salah satu hal yang penting untuk ada dalam diri individu agar seseorang bisa menahan diri dan berperilaku sesuai dengan norma di masyarakat maupun untuk mencapai kesuksesan diri. Banyak individu yang memiliki tujuan dan keinginan yang ingin dicapai namun, tidak menerapkan kontrol diri yang baik.

Berbagai penelitian juga menyebutkan bahwa kontrol diri memang sulit dan melelahkan untuk dilakukan serta harus dilakukan dengan latihan berulang. Alasan individu sulit untuk melakukan pengendalian diri dikarenakan kita memiliki kemampuan yang terbatas untuk mengatur diri kita sendiri, dan saat kita menggunakan sumber daya kontrol kita pada tugas-tugas yang tidak penting maka akan lebih sulit pula untuk mengendalikan hal-hal yang tidak biasa kita lakukan (Vohs dkk., dalam Branscombe & Baron, 2017). Kontrol diri juga dapat ditingkatkan dengan berpikir abstrak tentang diri sendiri. Kita harus memiliki tujuan dan rencana yang jelas mengenai apa yang kita lakukan sehingga kita bersungguh-sungguh dalam melakukan sesuatu. Serta, perlunya latihan terus menerus diiringi dengan tekad yang kuat juga dapat meningkatkan tercapainya pengendalian diri yang baik.

#### **4.2.3. Sikap**

Sikap adalah reaksi evaluatif tentang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap sesuatu atau seseorang yang seringkali berakar pada kepercayaan seseorang dan muncul dalam perilaku seseorang (Myers & Twenge, 2015). Ahli psikologi sosial mutakhir mengklasifikasikan sikap dalam dua pendekatan. Pendekatan yang pertama memandang sikap sebagai kombinasi reaksi afektif, perilaku, dan kognitif terhadap suatu objek. Ketiga komponen secara bersama mengorganisasikan sikap individu. Pendekatan yang kedua membatasi konsep sikap hanya pada aspek

afektif saja. Berdasarkan beberapa pendapat ahli, kita mendefinisikan sikap sebagai konstelasi kognisi, afeksi, dan konasi yang saling berinteraksi dalam memahami, merasakan, dan memanifestasikan perilaku terhadap suatu objek. Ketiga komponen saling berkombinasi dalam mengorganisasikan sikap individu.

### *Komponen Sikap*

Sikap dibagi menjadi tiga komponen, yaitu komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen perilaku.

#### a. Komponen Kognitif

Komponen kognitif berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku pada objek sikap. Kepercayaan menjadi dasar pengetahuan seseorang mengenai apa yang diharapkan dari objek tertentu.

#### b. Komponen Afektif

Komponen afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Komponen afektif umumnya disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. Komponen afektif dipengaruhi oleh kepercayaan seseorang.

#### c. Komponen Konatif

Komponen konatif menunjukkan perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Komponen konatif meliputi bentuk perilaku yang dilihat secara langsung dan bentuk perilaku yang berupa pernyataan yang diucapkan seseorang.

### *Fungsi Sikap*

Sikap mempunyai fungsi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Branscombe dan Baron (2017) ada lima fungsi sikap:

a. Fungsi pengetahuan. Sikap membantu individu menginterpretasi stimulasi baru dan menampilkan respons yang sesuai. Anak-anak mengadopsi sikap dari orang tua agar tidak cepat percaya pada orang asing guna menghindari penculikan anak.

b. Fungsi identitas. Sikap terhadap kebangsaan Indonesia (nasionalis) yang individu nilai tinggi mengekspresikan nilai

dan keyakinan serta mengkomunikasikan tentang “siapa dirinya”.

- c. Fungsi harga diri. Sikap individu mampu menjaga atau meningkatkan harga diri. Sikap individu patuh terhadap aturan protokoler pada acara-acara resmi bertujuan agar tidak berperilaku menyimpang dan menjaga harga diri di depan publik.
- d. Fungsi pertahanan diri. Sikap berfungsi melindungi diri dari penilaian negatif. Sikap juga melindungi diri agar diterima dalam kelompok teman-teman sebaya, misalnya merokok dianggap perbuatan yang keren di kalangan remaja.
- e. Fungsi memotivasi kesan. Sikap berfungsi mengarahkan orang lain untuk memberikan penilaian atau kesan yang positif tentang seseorang.

#### *Pembentukan Sikap*

Pertama, pengkondisian klasik (*classical conditioning*). Stimulus netral jika dipasangkan dengan stimulus tak terkondisikan (stimulus yang mampu membangkitkan respon) secara terus menerus akan menimbulkan stimulus terkondisikan. Pengkondisian klasik mampu mempengaruhi sikap baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung dapat dilakukan dengan memasang stimulus positif dipasangkan dengan produk tertentu untuk menghasilkan respon positif. Sedangkan secara tidak langsung itu lebih ke hubungan memori antar keduanya (Branscombe & Baron, 2017). Contohnya dengan terus menerus memasang produk dengan selebriti yang banyak dikagumi oleh target pasar produk, maka setiap kali memikirkan selebriti tersebut akan teringat dengan produk tersebut pula. Misalnya, Iqbaal Ramadhan pernah jadi brand ambassador Ruang Guru, maka ketika fans-fansnya memikirkan Iqbaal, mereka akan teringat juga dengan brand Ruang Guru.

Kedua, pengkondisian instrumental (*instrumental conditioning*). Sikap dapat dibentuk melalui pemberian imbalan atau hukuman. Sikap yang menghasilkan hasil yang positif (misalnya pujian) akan cenderung diperkuat atau diulang, begitupun sebaliknya, sikap yang menghasilkan hasil negatif

(hukuman) cenderung diperlemah dan tidak diulang. Seseorang akan mempelajari sikap mana yang dipandang sebagai sikap yang benar untuk dijadikan pegangan. Sikap yang dianggap benar ini adalah sikap yang jika dilakukan akan mendapatkan *reward*.

Ketiga, pembelajaran observasional (*observational learning*). Pembelajaran observasional berarti seorang individu memperoleh sikap hanya dengan pengamatannya terhadap orang lain. Alasan mengapa seseorang mengadopsi sikap dari apa yang dilihatnya dari orang lain adalah karena keterlibatan mekanisme perbandingan sosial. Jika kita memiliki pandangan yang sama dengan orang lain, maka dapat dikatakan pandangan dan sikap kita akurat. Individu cenderung menyesuaikan sikap mereka agar memiliki pandangan yang sama dengan kelompok referensinya (yang disukai).

#### **4.2.4. Sikap dan Perilaku**

Apakah sikap memprediksi perilaku? Belum tentu. Guna memahami mengapa sikap mungkin tidak langsung memprediksi perilaku, kita perlu menyadari bahwa ada berbagai norma yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Jadi, bahkan orang yang berprasangka pada orang lain tidak selalu bertindak selaras dengan sikap mereka, karena ada tekanan situasi yang kuat untuk bertindak sebaliknya. Demikian pula, ada keadaan-keadaan sosial yang di dalamnya ada orang-orang yang santun dan baik hati namun dapat melakukan diskriminasi orang lain karena keanggotaan kelompok mereka (Branscombe & Baron, 2017).

Konteks sosial memainkan peran penting dalam menentukan kapan sikap dan perilaku terkait. Kekuatan sikap ditentukan oleh ekstremitas suatu sikap (seberapa kuat reaksi emosionalnya yang berhasil ditingkatkan oleh objek tertentu), tingkat kepastian yang dipegang oleh suatu sikap (perasaan bahwa kita tahu apa sikap dan perasaan kita bahwa itu adalah posisi yang benar untuk dipegang), serta sejauh mana sikap didasarkan pada pengalaman pribadi (lewat pengalaman langsung) dengan objek sikap. Ketiga faktor ini dapat mempengaruhi aksesibilitas sikap (seberapa mudah sikap muncul dalam pikiran dalam berbagai situasi), yang pada akhirnya menentukan sejauh mana sikap

mendorong perilaku kita. Jadi semakin kuat sikap maka semakin kuat pula dampaknya dalam mempengaruhi tingkah laku. Sikap yang kuat biasanya stabil, memiliki implikasi personal. Segala hal yang memberi kontribusi pada sikap yang kuat juga cenderung meningkatkan konsistensi sikap dan perilaku tersebut (Branscombe & Baron, 2017).

### *Sikap Memandu Perilaku*

Dalam beberapa situasi kita memberikan pemikiran yang cermat dan disengaja terhadap sikap kita dan implikasi mereka terhadap perilaku kita. Pelajaran tentang sifat proses ini disediakan oleh teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action*), yang kemudian disempurnakan dan disebut teori perilaku yang direncanakan (*Theory of Planned Behavior*). Penelitian terbaru telah menjelaskan bahwa hubungan niat dengan perilaku bahkan lebih kuat ketika orang telah membentuk rencana bagaimana dan kapan mereka akan menerjemahkan niat mereka ke dalam perilaku. Contohnya seperti jika anda berniat ingin pergi ke *gym*. Anda akan lebih mungkin berhasil merealisasikan niat tersebut dengan cara menyetel alarm anda, menyiapkan pakaian, dan lain-lain. Tindakan beralasan dan ide-ide perilaku yang direncanakan telah digunakan untuk memprediksi perilaku dalam banyak pengaturan, dengan keberhasilan yang cukup besar. Memang, penelitian menunjukkan bahwa teori-teori ini berguna untuk memprediksi perilaku yang berbeda seperti perilaku tentara di medan perang apakah individu mengendarai kendaraan setelah mereka mengonsumsi alkohol.

### *Disonansi Kognitif*

Dalam semua situasi ini, terkadang ada kesenjangan antara sikap dan tindakan kita. Hal tersebut cenderung membuat kita tidak nyaman atau disonansi. Penelitian tentang ketidaknyamanan yang terkait dengan disonansi tercermin dalam aktivitas di otak bagian kiri depan. Bahkan pada disonansi kognitif tidak diperlukan tekanan eksternal yang kuat untuk mengubah perilaku kita (Branscombe & Baron, 2017).

Kita dapat terlibat dalam perilaku yang tidak sesuai dengan sikap karena berbagai alasan. Salah satu alasan yang paling kuat

yaitu ketika kita memiliki beberapa pembenaran dari diri sendiri. Teori disonansi kognitif meyakini hal itu akan mengubah sikap individu dengan menawarkan sesuatu hal yang cukup untuk membuat individu tersebut melakukan perilaku yang tidak sesuai dengan sikap. Contohnya adalah ketika seseorang berinisial X yang ditawarkan bayaran Rp 10.000 untuk menyatakan pembelaan terhadap suatu kebohongan maka dia tetap akan mengatakan yang sejujurnya. Tetapi ketika X ditawarkan bayaran Rp 200.000 untuk membela kebohongan maka dia akan membuat pernyataan-pernyataan yang mengubah kebohongan tersebut menjadi kebenaran dengan berbagai cara.

Hal di atas menunjukkan semakin banyak uang atau sesuatu hal yang ditawarkan kepada orang agar berperilaku dengan cara yang tidak sesuai dengan sikap, maka semakin besar peluang terjadinya disonansi. Penghargaan kecil menyebabkan perubahan sikap yang lebih besar karena mereka berpikir bahwa mereka sendirilah yang harus bertanggung jawab atas tindakannya. Namun, jika diperintahkan oleh otoritas untuk melakukan perilaku yang tidak sesuai dengan sikap pribadi kita, kita mungkin tidak merasa bertanggung jawab karena kita menganggap bahwa yang seharusnya bertanggung jawab adalah otoritas tersebut.

#### **4.2.5. Latihan**

Carilah artikel jurnal psikologi yang membahas tentang sikap!

### **4.3. Penutup**

#### **4.3.1. Rangkuman**

Sikap adalah suatu reaksi evaluatif yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap sesuatu atau seseorang yang seringkali berakar pada kepercayaan seseorang dan muncul dalam perasaan serta perilaku seseorang. Sikap dapat mempengaruhi perilaku tergantung pada konteks sosial dan kekuatan sikap seseorang. Dalam semua situasi ini, ada peluang kesenjangan antara sikap dan tindakan, dan celah semacam itu cenderung membuat kita tidak nyaman.

#### 4.3.2. Tes Formatif

1. Sikap merupakan konstelasi antara tiga komponen yaitu . . .
  - a. kognisi, afeksi, dan konasi
  - b. kognisi, lingkungan, dan perilaku
  - c. afeksi, lingkungan, dan perilaku
  - d. konasi, lingkungan, dan perilaku
  - e. persuasi, resistensi, dan perilaku
2. Komponen ini berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap . . .
  - a. Kognisi
  - b. Afeksi
  - c. Konasi,
  - d. Persuasi
  - e. Lingkungan
3. Komponen yang ada pada theory of planned behaviour yang tidak dijelaskan pada theory of reason action . . .
  - a. Sikap
  - b. Norma subjektif
  - c. Persepsi atas kontrol perilaku
  - d. Niat
  - e. Perilaku
4. Sikap melindungi seseorang dari penilaian negatif. Sikap juga melindungi seseorang agar diterima dalam kelompok teman-teman sebaya. Hal ini menunjukkan bahwa sikap memiliki fungsi . . .
  - a. Pengetahuan
  - b. Harga diri
  - c. Pertahanan diri
  - d. Identitas
  - e. Motivasi kesan
5. Ketidaknyamanan yang dirasakan individu akibat ketidakkonsistenan antara sikap dan perilaku disebut dengan . . .
  - a. Persuasi
  - b. Pengaruh sosial
  - c. Resistensi
  - d. Event Interpretation

- e. Disonansi kognitif
  - 6. Jelaskan perbedaan inductive reasoning dan deductive reasoning!
  - 7. Apakah sikap dapat memprediksi perilaku?
- 4.3.3. Umpan Balik
- Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar.
- 4.3.4. Tindak Lanjut
- Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.
- 4.3.5. Kunci Jawaban
- 1. A
  - 2. A
  - 3. C
  - 4. C
  - 5. E
  - 6. *Inductive reasoning* merupakan proses pengambilan keputusan dari observasi spesifik menjadi sebuah keputusan yang bersifat umum (general). Contohnya adalah ketika kita meminum susu dari wadah dan ternyata rasanya asam. Kita akan menggunakan *inductive reasoning* ketika membuang seluruh susu di dalam wadah walaupun anda belum merasakan setiap tetesnya. Kedua, *deductive reasoning* (penalaran deduktif). *Deductive reasoning* adalah proses penalaran dari prinsip yang bersifat umum menjadi sebuah contoh yang spesifik. Contohnya adalah ketika seorang psikolog mengembangkan hipotesis dari sebuah teori, mereka menggunakan bentuk penalaran deduktif, karena hipotesis merupakan perluasan logis dari teori umum.
  - 7. Sikap adalah suatu reaksi evaluatif yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap sesuatu atau seseorang yang seringkali berakar pada kepercayaan seseorang dan muncul dalam perasaan serta perilaku seseorang. Sikap dapat mempengaruhi perilaku tergantung pada konteks sosial dan kekuatan sikap seseorang. Dalam semua situasi ini, ada peluang kesenjangan antara sikap dan tindakan, dan celah semacam itu cenderung membuat kita tidak nyaman.

#### **4.4. Daftar Pustaka**

- Branscombe, N. R., & Baron, R. A. (2017). *Social psychology*. Pearson Education Limited.
- King, L. (2020). *The science of psychology: an appreciative view*. Mc Graw Hill.
- Myers, D. & Twenge, J.M. (2015). *Social psychology (12<sup>th</sup> Edition)*. New York, NY: McGraw Hill Education.
- West, R. & Turner, L.H. (2018). *Introducing communication theory: Analysis and application*. New York, NY: McGraw Hill.

# 5

## TEORI DAN TAHAP KOMUNIKASI INTERPERSONAL

### 5.1. Pendahuluan

#### 5.1.1. Deskripsi Singkat

Relasi interpersonal merupakan relasi antara satu orang dengan orang yang lainnya. Dalam komunikasi relasi interpersonal, hal-hal yang diperbincangkan adalah tentang apa saja yang menyangkut keduanya. Pokok kajian 5 membekali mahasiswa dengan penjelasan tentang teori interpersonal dan tahapan.

#### 5.1.2. Relevansi

Kajian dalam pokok bahasan 5 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab sebelumnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka bisa dapat menyelesaikan Psikologi komunikasi dengan baik.

#### 5.1.3. Kompetensi

##### a. Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

##### b. Kompetensi Dasar

- Mahasiswa mampu menjelaskan teori interpersonal dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan tahapan relasi interpersonal dengan akurasi minimal 80%.

#### 5.1.4. Petunjuk Belajar

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah, presentasi mahasiswa, dan diskusi kelompok kecil.

## **5.2. Penyajian**

### **5.2.1. Komunikasi Interpersonal dan Teorinya**

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang melibatkan dua orang secara timbal balik atau resiprokal. Konteks interpersonal membahas tentang bagaimana memulai hubungan, mempertahankan hubungan, dan mengakhiri hubungan. Riset tentang interpersonal meliputi kajian tentang pertamanan, pernikahan, dan keluarga (West & Turner, 2018).

Relasi interpersonal mencerminkan relasi antara dua orang yang saling interdependen dengan pola interaksi tertentu (Pearson, dkk., 2017). Pada bagian ini akan dibahas beberapa perspektif teoretis dalam memahami bagaimana dinamika komunikasi dalam relasi interpersonal.

#### *Teori Atraksi*

Teori atraksi menyatakan bahwa orang akan menjalin relasi dengan orang lain yang dianggap menarik. Seseorang tertarik pada orang lain atas dasar faktor-faktor utama seperti adanya kesamaan, kedekatan, penguatan, daya tarik fisik, dan kepribadian. Sebagai pengantar pembahasan faktor-faktor tersebut, penting untuk mengenali perbedaan antara relasi secara online dan relasi secara tatap muka. Ketertarikan menjalin relasi pada seseorang secara online (terutama yang akan tetap online) tergantung pada pesan yang dikomunikasikan, foto dan video yang diunggah, responsivitas atas apa yang diunggah, serta selera humor. Semuanya itu mungkin tidak ada kaitannya dengan penampilan fisik orang tersebut. Ketertarikan menjalin relasi pada seseorang secara tatap muka atau relasi online yang akan berubah menjadi relasi tatap muka, akan ada banyak hal yang menekankan pada kualitas fisik individu.

- a. Kesamaan. Seseorang membangun relasi dengan orang lain yang memiliki kemiripan prinsip serta kemungkinan orang lain bertindak dan berpikir yang sama.
- b. Kedekatan. Orang akan cenderung tertarik menjalin relasi dan komunikasi dengan orang lain yang tinggal atau kerja berdekatan. Orang-orang ini akan memiliki kesempatan besar

untuk berinteraksi satu sama lain. Kedekatan fisik merupakan hal yang terpenting di tahap awal interaksi.

- c. Penguatan. Seseorang akan tertarik pada orang lain yang memberi suatu bantuan atau penghargaan, termasuk pujian sederhana.
- d. Daya tarik fisik. Sangat mudah ditemui orang menyukai orang lain karena secara fisik menarik daripada orang lain yang kurang menarik secara fisik.
- e. Kepribadian. Seseorang cenderung menyukai orang lain yang memiliki kepribadian yang menyenangkan daripada orang lain yang memiliki tidak yang menyenangkan. Meskipun orang akan berbeda (subjektif) tentang apa itu kepribadian yang menyenangkan dan apa itu kepribadian yang tidak menyenangkan.
- f. Timbal balik dari rasa suka. Timbal balik dari suka atau dikenal sebagai ketertarikan timbal balik atau rasa suka timbal balik, terlihat dalam berbagai konteks situasi. Seseorang memulai persahabatan potensial dan hubungan romantis dengan orang yang dipikirkan akan menyukainya. Sebaliknya, seseorang tentu tidak akan memulai menjajaki persahabatan dengan orang yang dianggap tidak menyukai dirinya.

### *Teori Aturan Hubungan*

Asumsi umum teori aturan adalah bahwa hubungan, baik persahabatan dan relasi romantis, berpegang teguh pada kepatuhan atas aturan-aturan tertentu. Ketika aturan itu dilanggar, hubungan bisa memburuk dan bahkan menuju pengakhiran. Teori aturan hubungan membantu kita untuk menjelaskan beberapa aspek hubungan. Pertama, aturan ini membantu mengidentifikasi perilaku yang mendukung keberhasilan hubungan dan perilaku yang merusak hubungan. Kedua, aturan-aturan ini membantu menunjukkan secara lebih spesifik mengapa hubungan itu berakhir dan bagaimana memperbaikinya. Selanjutnya, jika seseorang tahu apa aturannya, dia akan lebih bisa menguasai keterampilan sosial guna pengembangan dan pemeliharaan hubungan. Karena aturan ini berbeda dari satu budaya ke budaya lain, penting bagi seseorang untuk mengidentifikasi keunikan masing-masing budaya sehingga

hubungan antar budaya bisa lebih dikembangkan dan dipelihara secara efektif.

### *Teori Pertukaran Sosial*

Dalam pertukaran sosial atau *social exchange theory* dikatakan bahwa seseorang membangun hubungan ketika dia melihat adanya kemungkinan untuk memaksimalkan keuntungan yang dia peroleh dari orang lain.. Teori ini didasarkan pada salah satu model ekonomi mengenai keuntungan dan kerugian, dengan rumus:

$$Profits = Rewards - Costs$$

*Rewards* merupakan penghargaan dalam bentuk apapun yang untuk memperolehnya membutuhkan pengorbanan atau harga yang harus dibayar. Penelitian telah membuktikan bahwa terdapat enam jenis *rewards* dalam sebuah relasi, yaitu harta, status, kasih sayang, informasi, kepemilikan (atas) benda berharga, dan jasa / pelayanan (*money, status, love, information, goods, and services*). Contohnya, guna mendapatkan *reward* berupa uang, hal yang harus dilakukan seseorang adalah bekerja. Guna mendapatkan nilai A dalam kelas psikologi komunikasi, harga yang harus dibayar adalah dengan membuat makalah, membuat mini riset, serta belajar dengan tekun.

*Costs*, merupakan hal-hal yang secara alamiah kita hindari, termasuk kejadian yang tidak menyenangkan atau tugas yang sulit dilakukan. Contohnya dapat berupa kerja lembur, mencuci piring dan menyetrika, menonton saluran televisi yang membosankan meskipun orang terdekatmu menyukainya. Adapun *profit* adalah keuntungan dari hasil yang diperoleh seseorang ketika *reward* melebihi *costs*.

### *Teori Kesetaraan*

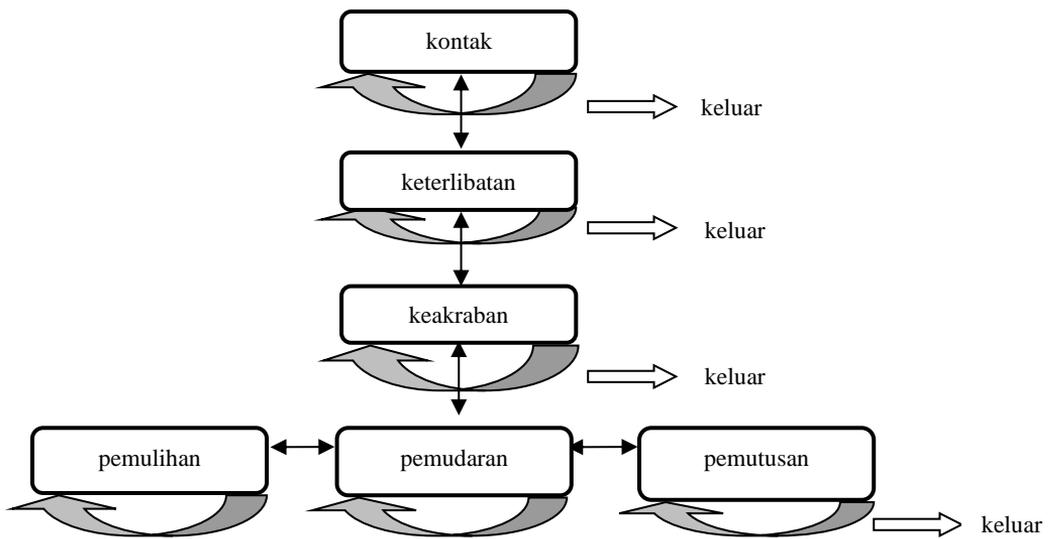
*Equity theory* membahas lebih dalam mengenai pertukaran sosial. *Equity theory* membahas mengenai pembentukan suatu hubungan dan upaya untuk menjaganya dengan pertimbangan rasio *rewards* dengan *costs* yang kurang lebih sama dengan pihak lain.

Sebagai contoh, Y membangun bisnis bersama temannya Z. Y menaruh modal sebesar  $\frac{2}{3}$  sedangkan Z menaruh modal sebesar  $\frac{1}{3}$ . Akan menjadi adil bila Y mendapat *profit* sebesar  $\frac{2}{3}$  dan Z mendapat *profit* sebesar  $\frac{1}{3}$ . Dengan begitu, hubungan yang adil adalah ketika orang memperoleh imbalan yang setara dengan apa yang ia tanamkan (modal). Sebaliknya, ketidakadilan terjadi ketika seseorang membayar *cost* lebih banyak dibanding temannya tetapi temannya itu menerima imbalan yang lebih besar. Tidak adil juga apabila dua orang sama-sama bekerja keras namun hanya satu saja yang mendapat imbalan yang lebih.

Poin utama dalam teori ini adalah ketika seseorang dirugikan (mendapat kurang dari yang telah dikorbankan) maka akan timbul rasa marah dan tidak puas. Tetapi, jika seseorang mendapat imbalan yang lebih dari seharusnya maka akan menimbulkan rasa bersalah pada penerimannya. *Equity theory* juga mengklaim kecenderungan untuk memulai, menjadi puas, dan mempertahankan hubungan yang adil (*equitable*), dan akan menghindari hubungan yang berakhir tidak adil. Semakin besar ketidakadilan dan ketidakpuasan, maka semakin besar pula kemungkinan berakhirnya hubungan tersebut. Meskipun setiap hubungan itu unik, kebanyakan hubungan memiliki karakteristik yang mirip dan pola yang umum itulah yang teori ini coba jelaskan.

### **5.2.2. Tahap Relasi Interpersonal**

*The six-stage model* menjelaskan tahapan signifikan yang mungkin dilalui dalam suatu hubungan, serta memberikan gambaran umum tentang perkembangan hubungan. Tahapan tersebut berlaku untuk semua hubungan, baik persahabatan atau cinta, baik secara tatap muka atau yang dimediasi komputer. Menurut DeVito (2018) enam tahap meliputi *contact* (kontak), *involvement* (Keterlibatan), *intimacy* (keintiman), kemunduran, perbaikan, dan pembubaran.



Gambar 5.1. Perkembangan Relasi Interpersonal (DeVito, 2018)

Keterangan

- ↔ atau ⇕ : setiap tahap dapat berpindah sesuai arah panah
- : setiap tahap memiliki kesempatan keluar dari relasi
- ↪ : relasi dapat berhenti pada satu tahap tertentu

1. Kontak

Pada tahap ini, diawali dengan adanya persepsi. Misalnya, kita melihat seperti apa orang itu, kita mendengar seperti apa suaranya. Jika ini merupakan hubungan yang terjalin secara *online*, persepsi awal ini bergantung pada isyarat dari pesan, foto, serta mungkin video dan audio. Setelah persepsi ini, biasanya ada kontak interaksional. Di sini interaksinya dangkal dan impersonal. Kita bertukar informasi dasar yang perlu diketahui sebelum keterlibatan yang lebih mendalam. Kontak interaksional ini mungkin juga bisa nonverbal, seperti bertukar senyuman, atau memusatkan perhatian pada satu orang. Percapakan yang muncul misalnya, bolehkah saya bergabung dengan Anda?

## 2. Keterlibatan

Pada tahap keterlibatan, berkembang rasa kebersamaan, atau keterikatan. Selama tahap ini, seseorang bereksperimen dan mencoba mempelajari lebih lanjut tentang orang lain. Pada tahap awal keterlibatan, semacam pengujian pendahuluan terus dilakukan. Pada tahap ini, seseorang ingin melihat apakah penilaian awalnya mungkin pada tahap kontak terbukti benar. Dalam proses ini, Kita tidak hanya mencoba untuk lebih mengenal orang lain, tetapi juga mulai mengungkapkan diri kita. Pada tahap inilah Kita mulai berbagi perasaan dan emosi kita. Jika ingin menjalin hubungan romantis, seseorang mungkin bisa pergi berkencan. Jika itu untuk persahabatan, seseorang dapat melakukan kegiatan yang menjadi minat bersama seperti pergi ke bioskop atau ke acara olahraga bersama. Percapakan yang muncul misalnya, apa pekerjaan Anda?

## 3. Keintiman

Pada tahap *intimacy*, seseorang dapat merasa jujur dan terbuka ketika berbicara tentang dirinya. Karena *intimacy* hakikatnya adalah hubungan emosional. Hal ini dapat terjadi pada hubungan yang terjalin secara langsung (tatap muka) maupun *online*. Pada Tahap *Intimacy*, seseorang akan berkomitmen untuk melangkah lebih jauh dengan orang lain, membangun suatu hubungan dimana orang tersebut akan menjadi sahabat, pacar atau pendamping terbaik. Tahap ini dibagi menjadi dua fase yaitu fase komitmen interpersonal, di mana seseorang berkomitmen satu sama lain untuk suatu hal yang bersifat “pribadi”, serta fase ikatan sosial, di mana pada fase ini komitmen mulai dipublikasikan ke keluarga, teman dan publik melalui upacara pernikahan resmi. Semakin seseorang terlibat dalam *intimacy*, semakin dalam dan luas perubahan komunikasimu, pola perubahan komunikasi tersebut dijelaskan dalam *social penetration theory*. Luas (*breadth*) menitikberatkan pada seberapa banyak topik yang dibicarakan antara seseorang dengan orang lain, dan kedalaman (*Depth*) seberapa dalam seseorang dapat mengenal kepribadian dari orang lain. Saat kontak awal berubah menjadi keintiman, baik

luas maupun kedalaman dari peningkatan komunikasi, seseorang dapat berbicara banyak topik serta dapat semakin baik dalam memahami kepribadian satu sama lain.

4. Kemunduran.

Meski banyak hubungan intim tetap bertahan, beberapa hubungan justru memasuki tahap kerusakan hubungan, tahap yang melihat melemahnya ikatan antara pihak dan mewakili sisi negatif dari hubungan perkembangan. Hubungan memburuk karena berbagai alasan. Ketika alasan untuk berkumpul tidak lagi ada atau berubah secara drastis, hubungan dapat memburuk. Jadi, ketika hubungan seseorang tidak lagi mengurangi kesepiannya atau memberikan stimulasi atau pengetahuan diri atau bila gagal untuk meningkatkan harga diri atau memaksimalkan kesenangan dan meminimalkan rasa sakit, hal itu mungkin sedang dalam proses memburuk.

5. Perbaikan

Hal pertama dari tahap perbaikan hubungan adalah perbaikan intrapersonal, di mana seseorang menganalisis apa yang salah dan pertimbangan cara-cara untuk memecahkan kesulitan relasionalnya. Pada tahap ini, seseorang mungkin mempertimbangkan untuk mengubah perilakunya atau mungkin mengubah harapan dari pasangannya. Seseorang boleh juga mempertimbangkan imbalan dari hubungan seperti melawan imbalan yang bisa diantisipasi jika hubungan berakhir. Jika seseorang memutuskan ingin memperbaiki hubungan, ia dapat mendiskusikan hal ini dengan pasangannya di tingkat perbaikan interpersonal. Di sini seseorang dapat berbicara tentang masalah hubungan, koreksi terhadap masalah tersebut, dan mungkin apa yang ingin dilakukan, dan apa yang ingin dilakukan oleh orang lain. Ini adalah tahap negosiasi perjanjian baru, perilaku baru. Seseorang dan pasangan mungkin mencoba menyelesaikan masalah itu sendiri, atau meminta nasehat dari teman atau keluarga, atau mungkin mengikuti konseling profesional.

6. Pembubaran

Pembubaran, yang terjadi baik dalam persahabatan maupun asmara, merupakan keputusan ikatan bersama. Pada awalnya

biasanya berupa pemisahan antar pribadi, di mana seseorang mungkin tidak akan bertemu lagi atau mungkin tidak mengubah pesan atau bahkan teman atau berhenti mengikuti orang tersebut. Jika kamu tinggal bersama, seseorang dapat pindah ke apartemen terpisah dan mulai menjalani hidup terpisah satu sama lain. Jika hubungan ini adalah pernikahan, seseorang dapat mencari pemisahan yang sah. Jika masa perpisahan ini terbukti bisa diterapkan dan jika hubungan tidak diperbaiki, seseorang dapat memasuki fase sosial atau pemisahan publik. Dalam pernikahan, fase ini sama dengan perceraian. Fase terakhir, yaitu selamat tinggal adalah titik di mana seseorang menjadi mantan kekasih atau mantan teman. Di dalam beberapa kasus ini merupakan tahap kelegaan dan relaksasi, akhirnya, ini sudah berakhir. Dalam kasus lain, ini adalah tahap kecemasan dan frustrasi, rasa bersalah dan penyesalan, kebencian seiring waktu sakit dihabiskan dan sekarang hilang.

### **5.2.3. Latihan**

Carilah artikel jurnal yang menggunakan teori-teori interpersonal! Catatlah bagaimana hasil penelitian dari artikel tersebut!

## **5.3. Penutup**

### **5.3.1. Rangkuman**

Relasi interpersonal dapat dikaji menggunakan teori atraksi, aturan hubungan, pertukaran sosial, dan kesetaraan. *The six-stage model* menjelaskan tahapan signifikan yang mungkin dilalui dalam suatu hubungan, serta memberikan gambaran umum tentang perkembangan hubungan. Tahapan tersebut berlaku untuk semua hubungan, baik persahabatan atau cinta, baik secara tatap muka atau yang dimediasi komputer. Enam tahap meliputi *contact* (kontak), *involvement* (Keterlibatan), *intimacy* (keintiman), kemunduran, perbaikan, dan pembubaran

### **5.3.2. Tes Formatif**

1. Teori yang menyatakan bahwa orang akan menjalin hubungan dengan yang mereka anggap menarik adalah . . .
  - a. Atraksi
  - b. Aturan hubungan

- c. Pertukaran sosial
  - d. Dominasi sosial
  - e. Kesetaraan
2. Seseorang membangun hubungan ketika seorang individu melihat adanya kemungkinan untuk memaksimalkan keuntungan yang dia peroleh dari orang lain. Hal ini selaras dengan teori . . .
- a. Atraksi
  - b. Aturan hubungan
  - c. Pertukaran sosial
  - d. Dominasi sosial
  - e. Kesetaraan
3. Teori yang membahas mengenai pembentukan suatu hubungan dan upaya untuk menjaganya dengan mempertimbangkan rasio *rewards* dengan *costs* kurang lebih sama dengan pihak lain adalah . . .
- a. Atraksi
  - b. Aturan hubungan
  - c. Pertukaran sosial
  - d. Dominasi sosial
  - e. Kesetaraan
4. *The six-stage model* menjelaskan tahapan signifikan yang mungkin dilalui dalam suatu hubungan. Tahapan pertama adalah . . .
- a. kontak
  - b. keterlibatan
  - c. keintiman
  - d. kemunduran
  - e. pembubaran
5. Tahap di mana seseorang akan berkomitmen untuk melangkah lebih jauh dengan orang lain, membangun suatu hubungan dimana orang tersebut akan menjadi sahabat, pacar atau pendamping terbaik . . .
- a. kontak
  - b. keterlibatan
  - c. keintiman
  - d. kemunduran

e. pembubaran

6. Apa yang kamu ketahui tentang teori pertukaran sosial?
7. Jelaskan dinamika tahap keintiman pada tahapan relasi interpersonal!

5.3.3. Umpan Balik

Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar.

5.3.4. Tindak Lanjut

Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.

5.3.5. Kunci Jawaban

1. A
2. C
3. E
4. A
5. C
6. Dalam *social exchange theory*, dikatakan seseorang membangun hubungan ketika seorang individu melihat adanya kemungkinan untuk memaksimalkan keuntungan yang dia peroleh dari orang lain.. Teori ini didasarkan pada salah satu model ekonomi mengenai keuntungan dan kerugian, dengan rumus  $Profits = Rewards - Costs$ .
7. Pada tahap *intimacy*, seseorang dapat merasa jujur dan terbuka ketika berbicara tentang dirinya. Karena *intimacy* hakikatnya adalah hubungan emosional. Hal ini dapat terjadi pada hubungan yang terjalin secara langsung (tatap muka) maupun *online*. Pada tahap *intimacy*, seseorang akan berkomitmen untuk melangkah lebih jauh dengan orang lain, membangun suatu hubungan dimana orang tersebut akan menjadi sahabat, pacar atau pendamping terbaik. Tahap ini dibagi menjadi dua fase yaitu fase komitmen interpersonal, di mana seseorang berkomitmen satu sama lain untuk suatu hal yang bersifat “pribadi”, serta fase ikatan sosial, di mana pada fase ini komitmen mulai dipublikasikan ke keluarga, teman dan publik melalui upacara pernikahan resmi.

#### 5.4. **Daftar Pustaka**

- DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course*. Hoboken, NJ: Pearson Higher Education.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A first look at communication theory*. New York: Mc Graw Hill Education.
- Pearson, J.D., Nelson, P.E., Titsworth, S., Hosek, A. M. (2017). *Human communication*. New York: Mc Graw Hill Education.
- West, R. & Turner, L.H. (2018). *Introducing communication theory: Analysis and application*. New York, NY: McGraw Hill.

# 6

## **KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM KONTEKS PERTEMANAN DAN RELASI ROMANTIS**

### **6.1. Pendahuluan**

#### **6.1.1. Deskripsi Singkat**

Relasi interpersonal merupakan relasi antara satu orang dengan orang yang lainnya. Komunikasi interpersonal terjadi pada konteks pertemanan, relasi romantis, maupun keluarga. Pokok bahasan 6 membekali mahasiswa dengan penjelasan tentang pertemanan dan relasi romantis.

#### **6.1.2. Relevansi**

Kajian dalam pokok bahasan 6 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab selanjutnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka bisa mempelajari pokok bahasan 7.

#### **6.1.3. Kompetensi**

##### **a. Standar Kompetensi**

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya

##### **b. Kompetensi Dasar**

- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi interpersonal dalam konteks pertemanan dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi interpersonal dalam konteks relasi romantis dengan akurasi minimal 80%.

#### **6.1.4. Petunjuk Belajar**

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah, presentasi mahasiswa, dan diskusi kelompok kecil.

## 6.2. Penyajian

### 6.2.1. Konteks Pertemanan

Pertemanan merupakan sumber *well-being* seseorang (Perason, dkk., 2017). Pertemanan adalah hubungan interpersonal dengan interaksi komunikasi yang melibatkan *focus personalistic*. Terdapat tiga karakteristik utama dalam pertemanan yaitu kepercayaan, dukungan emosional, dan minat yang sama. Semakin erat sebuah pertemanan, maka orang yang terjalin dalam pertemanan itu akan menjadi ketergantungan satu sama lainnya.

Antara *actual similarity* dan *perceived similarity*, mana yang lebih baik dalam menjadi prediktor hubungan persahabatan? Banyak penelitian yang menunjukkan bahwa *actual similarity* memainkan peran penting, tetapi terdapat penelitian lain yang menunjukkan bahwa *actual similarity* membutuhkan waktu yang lama dan merupakan proses yang tidak pasti. *Perceived similarity* bagaimanapun dapat berkembang cepat dan memberikan efek sejak awal sebuah hubungan. Faktanya, *actual similarity* tidak memprediksi siapa yang menjadi teman, tetapi *perceived similarity* justru dapat memprediksi dengan baik (Selfhout dkk, dalam Branscombe & Baron, 2017).

Menurut Reisman (dalam DeVito, 2018) terdapat tiga jenis pertemanan:

1. Pertemanan timbal balik. Jenis ini merupakan tipe pertemanan ideal yang memiliki ciri-ciri adanya kesetiaan, pengorbanan, saling kasih sayang, dan kemurahan hati. Pertemanan timbal balik didasarkan pada kesetaraan, di mana setiap individu berbagi secara adil dalam memberi dan menerima manfaat dan penghargaan dari hubungan tersebut.
2. Pertemanan penerimaan. Jenis pertemanan ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan dalam memberi dan menerima, di mana satu orang adalah pemberi utama dan satu orang sebagai penerima utama. Ketidakseimbangan ini merupakan faktor positif karena setiap orang memperoleh sesuatu dari hubungan tersebut. Kebutuhan yang berbeda dari orang yang menerima dan orang yang memberi kasih sayang terpenuhi. Ini adalah hubungan yang berkembang antara seorang guru dan seorang siswa atau antara seorang dokter dan pasien. Pada

dasarnya perbedaan status sangat penting untuk membangun pertemanan penerimaan.

3. Pertemanan asosiasi. Jenis pertemanan ini digambarkan sebagai hubungan yang bersifat sementara. Contoh dari pertemanan asosiatif adalah hubungangan yang dimiliki dengan teman satu kelas, satu kompleks perumahan, atau bahkan satu kantor

Pertemanan berkembang secara bertahap seiring berjalannya waktu. Di satu sisi pertemanan terjadi pada dua orang yang asing, atau dua orang yang baru saja bertemu. Di sisi lain pertemanan terjadi pada teman dekat. Jumlah topik komunikasi meningkat seiring dengan semakin dekatnya pertemanan. Peningkatan dalam kedekatan pertemanan dapat terjadi dalam semua bentuk komunikasi, yaitu tatap muka maupun online. Berikut ini adalah tahapan dalam menjalin pertemanan (DeVito, 2018):

1. Pertemuan awal. Tahap ini merupakan tahap pertama dari pengembangan pertemanan. Pertemanan masih pada pertemuan-pertemuan awal. Pada tahap awal, seseorang akan lebih berhati-hati dan tidak ekspresif. Karena seseorang belum mengenal jauh orang lain, maka kemampuan untuk berempati atau mengorientasikan diri kepada orang lain secara signifikan menjadi terbatas. Pada tahap ini dua individu melihat diri mereka sendiri sebagai terpisah dan bukan merupakan dari satu kesatuan.
2. Pertemanan biasa. Pada tahap kedua ini seseorang berpartisipasi dalam kegiatan dengan orang lain sebagai satu kesatuan, bukan sebagai individu yang berdiri sendiri. Seseorang mulai memiliki perasaan dan pikiran kepada orang lain. Seseorang merespons komunikasi orang lain secara terbuka dan jujur. Pada tahap ini sudah terjadi koordinasi dalam interaksi antara seseorang dan orang lain. Dua orang berkomunikasi dengan percaya diri, menjaga kontak mata dan fleksibilitas.
3. Kehilangan dan pertemanan intim. Pada tahap ini pertemanan menjadi erat dan intim, terjadi intensifikasi pertemanan biasa. Karena dalam pertemanan ini dua orang mengenal satu sama lain dengan baik, misalnya dua orang yang saling mengetahui nilai, pendapat, dan sikap. Selain lebih mengenal, dua orang ini

juga dapat membaca sinyal nonverbal dari temannya sebagai panduan untuk berinteraksi. Pada tahap ini, dua orang bertukar pesan kasih sayang yang signifikan, pesan yang mengungkapkan rasa suka, menyukai, mencintai, dan peduli pada orang lain. Seseorang menganggap temannya tersebut sebagai orang yang penting dalam hidupnya sehingga seringkali konflik tidak dapat dihindarkan dan penting untuk diselesaikan melalui kompromi serta pemahaman empatik daripada melalui penolakan untuk bernegosiasi atau unjuk kekuatan.

### **6.2.2. Konteks Relasi Romantis**

Seperti persahabatan, relasi romantis juga memiliki gaya yang berbeda. DeVito (2018) menyampaikan beberapa jenis relasi yaitu eros, ludus, storge, pragma, mania, dan agape.

1. Eros (kecantikan dan seksualitas). Eros berfokus pada kecantikan dan daya tarik fisik, terkadang mengesampingkan kualitas yang mungkin dianggap lebih penting dan lebih tahan lama. Pecinta eros memiliki citra ideal tentang kecantikan yang tidak dapat dicapai dalam kenyataan. Akibatnya, cinta eros seringkali tidak terpenuhi. Pecinta yang termasuk dalam jenis ini sangat sensitif akan ketidaksempurnaan fisik pada orang yang mereka cintai.
2. Ludus (hiburan dan kegembiraan). Ludus dialami sebagai sebuah permainan dan kesenangan. Cinta tidak dianggap terlalu serius. Emosi harus ditahan agar tidak lepas kendali dan membuat masalah. Pecinta ludus mempertahankan pasangan hanya selama sebagai pasangan yang menarik dan lucu. Ketika minat memudar, inilah saatnya untuk berganti pasangan.
3. Storge (damai dan lambat). Storge tidak memiliki gairah dan intensitas. Pecinta storgic tidak bermaksud mencari kekasih tetapi untuk membangun hubungan persahabatan dengan seseorang yang mereka kenal dan dengan siapa mereka dapat berbagi minat dan aktivitas.
4. Pragma (praktis dan tradisional). Pecinta jenis ini akan lebih mementingkan kualifikasi sosial calon pasangan daripada kualitas pribadi. Keluarga dan latar belakang pasangan sangat penting bagi pecinta pragma, yang tidak terlalu mengandalkan

perasaan melainkan pada logika. Jadi, pecinta pragma memiliki pertanyaan seperti "Apakah orang ini akan membantu secara finansial?" "Akankah orang ini membantu saya maju dalam karier saya?" Hubungan kekasih pragma jarang memburuk. Ini sebagian karena pecinta pragma memilih pasangan mereka dengan hati-hati dan menekankan kesamaan. Alasan lainnya adalah mereka memiliki ekspektasi romantis yang realistis.

5. Mania (kegembiraan dan depresi). Mania dicirikan oleh titik tertinggi dan terendah yang ekstrim. Pencinta manik sangat mencintai dan pada saat yang sama sangat khawatir tentang kehilangan cinta. Ketakutan ini sering kali menghalangi kekasih manik untuk mendapatkan kesenangan sebanyak mungkin dari hubungan tersebut. Dengan sedikit provokasi, pencinta manik mungkin mengalami kecemburuan yang ekstrim. Cinta manik bersifat obsesif. Cinta ini membuat seseorang merasa bahwa dia harus memiliki kekasihnya sepenuhnya.
6. Agape (pengasih dan tanpa pamrih). Agape adalah cinta yang penuh gairah, dan tanpa ego. Pencinta agapik bahkan mencintai orang-orang yang tidak memiliki kedekatan dengannya. Orang mencintai orang asing di jalan meskipun mereka mungkin tidak akan pernah bertemu lagi. Agape adalah cinta spiritual, yang ditawarkan tanpa mempedulikan imbalan atau keuntungan pribadi. Dalam cinta agape, seseorang akan mencintai tanpa berharap cintanya akan berbalas.

### *Segitiga Cinta Sternberg*

Stenberg (dalam Branscombe & Baron, 2017) mengembangkan segitiga cinta (*triangle of love*) yang menjadi komponen utama pada sebuah cinta. Segitiga cinta ini merupakan suatu kerangka utama untuk memahami berbagai komponen cinta. Teori ini menunjukkan bahwa setiap hubungan cinta terdiri atas tiga komponen dasar yang muncul pada berbagai tingkat kedekatan yang dirasakan oleh dua orang. Pertama, keintiman (*intimacy*) yaitu kedekatan yang dirasakan oleh dua orang dan kekuatan ikatan yang menyatukan dan orang. Kedua, gairah (*passion*), yaitu ketertarikan fisik, seksualitas, motif seksual dan gairah seksual yang terkait dengan hubungan pasangan. Ketiga, komitmen (*commitment*), yaitu

keputusan untuk mencintai seseorang dan bersama seseorang serta komitmen untuk mempertahankan hubungan secara jangka panjang. Dari ketiga komponen ini maka akan menghasilkan tujuh jenis cinta yaitu

1. *Liking*, yang hanya memiliki komponen keintiman.
2. *Infatuation*, yang hanya memiliki komponen gairah.
3. *Empty love*, yang hanya memiliki komponen komitmen.
4. *Romantic love*, memiliki kombinasi komponen keintiman dan gairah.
5. *Companionate love*, yang memiliki kombinasi komponen keintiman dan komitmen
6. *Fatuous love*, yang memiliki kombinasi komponen komitmen dan gairah.
7. *Consummate love*, yang memiliki tiga kombinasi komponen keintiman, komitmen, dan gairah.

### **6.2.3. Latihan**

Sebut salah satu temanmu! Lakukan analisis pertemananmu dari perspektif komunikasi!

## **6.3. Penutup**

### **6.3.1. Rangkuman**

Pertemanan merupakan hubungan interpersonal dengan interaksi komunikasi yang melibatkan “fokus personalistic”. Terdapat tiga karakteristik utama dalam pertemanan yaitu kepercayaan, dukungan emosional, dan minat yang sama. Seperti persahabatan, relasi romantis juga memiliki gaya yang berbeda. Di antaranya adalah eros (berdasarkan paras dan seksualitas), ludus (hiburan dan kesenangan), storge (perasaan damai), pragma (praktis, tradisional), mania (kegembiraan), dan agape (kasih tanpa pamrih).

### **6.3.2. Tes Formatif**

1. Pertemanan ini didasarkan pada kesetaraan, dimana setiap individu berbagi secara adil dalam memberi dan menerima manfaat dan penghargaan dari hubungan tersebut . . .
  - a. Pertemanan biasa
  - b. Pertemanan timbal balik

- c. Pertemanan penerimaan
  - d. Pertemanan asosiasi
  - e. Pertemanan intim
2. Pada tahap pertemanan ini dua individu melihat diri mereka sendiri sebagai terpisah dan bukan merupakan dari satu kesatuan . . .
    - a. Pertemanan awal
    - b. Pertemanan biasa
    - c. Pertemanan personal
    - d. Pertemanan intim
    - e. Pertemanan akhir
  3. Pada tahap pertemanan ini dua orang bertukar pesan kasih sayang yang signifikan, pesan yang mengungkapkan rasa suka, menyukai, mencintai, dan peduli satu sama lain . . .
    - a. Pertemanan awal
    - b. Pertemanan biasa
    - c. Pertemanan personal
    - d. Pertemanan intim
    - e. Pertemanan akhir
  4. Gaya yang berfokus pada kecantikan dan daya tarik fisik, terkadang mengesampingkan kualitas yang mungkin dianggap lebih penting dan lebih tahan lama adalah . . .
    - a. Eros
    - b. Ludus
    - c. Storge
    - d. Pragma
    - e. Agape
  5. Pecinta yang tidak bermaksud mencari kekasih tetapi untuk membangun hubungan persahabatan dengan seseorang yang mereka kenal dan dengan siapa mereka dapat berbagi minat dan aktivitas adalah . . .
    - a. Eros
    - b. Ludus
    - c. Storge
    - d. Pragma
    - e. Agape
  6. Apakah yang dimaksud dengan pertemanan timbal balik?

7. Jelaskan tiga komponen cinta Sternberg!

6.3.3. Umpan Balik

Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar.

6.3.4. Tindak Lanjut

Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.

6.3.5. Kunci Jawaban

1. B

2. A

3. D

4. A

5. C

6. Pertemanan timbal balik merupakan tipe ideal yang memiliki ciri-ciri adanya kesetiaan, pengorbanan diri, saling kasih sayang, dan kemurahan hati. Pertemanan timbal balik didasarkan pada kesetaraan, dimana setiap individu berbagi secara adil dalam memberi dan menerima manfaat dan penghargaan dari hubungan tersebut

7. Segitiga cinta ini merupakan suatu kerangka utama untuk memahami berbagai komponen cinta. Teori ini menunjukkan bahwa setiap hubungan cinta terdiri atas tiga komponen dasar yang muncul pada berbagai tingkat kedekatan yang dirasakan oleh dua orang. Pertama, keintiman (*intimacy*) yaitu kedekatan yang dirasakan oleh dua orang dan kekuatan ikatan yang menyatukan dan orang. Kedua, gairah (*passion*), yaitu ketertarikan fisik, seksualitas, motif seksual dan gairah seksual yang terkait dengan hubungan pasangan. Ketiga, komitmen (*commitment*), yaitu keputusan untuk mencintai seseorang dan bersama seseorang serta komitmen untuk mempertahankan hubungan secara jangka panjang. Dari ketiga komponen ini maka akan menghasilkan tujuh jenis cinta

**6.4. Daftar Pustaka**

Branscombe, N. R., & Baron, R. A. (2017). *Social psychology*. Pearson Education Limited.

- DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course*. Hoboken, NJ: Pearson Higher Education.
- Pearson, J.D., Nelson, P.E., Titsworth, S., Hosek, A. M. (2017). *Human communication*. New York: Mc Graw Hill Education.

# 7

## KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM KONTEKS KELUARGA

### 7.1. Pendahuluan

#### 7.1.1. Deskripsi Singkat

Setelah membahas komunikasi interpersonal dalam konteks pertemanan dan relasi romantis, pada bahasan kali ini akan dikaji komunikasi interpersonal dalam konteks keluarga. Pokok bahasan 7 membekali mahasiswa dengan pengertian keluarga dan pola komunikasi keluarga.

#### 7.1.2. Relevansi

Kajian dalam pokok bahasan 7 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab selanjutnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka bisa mempelajari pokok bahasan 8.

#### 7.1.3. Kompetensi

##### a. Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

##### b. Kompetensi Dasar

- Mahasiswa mampu menjelaskan definisi keluarga dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan pola komunikasi keluarga dengan akurasi minimal 80%.

#### 7.1.4. Petunjuk Belajar

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah presentasi, diskusi, dan tanya-jawab.

## **7.2. Penyajian**

### **7.2.1. Keluarga**

Keluarga dapat didefinisikan sebagai sekelompok orang dengan peran yang jelas, memiliki tanggung jawab terhadap orang lain dalam kelompok, berbagi sejarah dan masa depan, ruang hidup bersama, dan aturan untuk berkomunikasi. Keluarga merupakan pusat kehidupan bagi seseorang. Prinsip komunikasi bukan hanya berlaku untuk keluarga inti tradisional (ayah, ibu, anak), namun juga berlaku untuk seluruh konfigurasi keluarga.

Terdapat tiga tipe dasar keluarga, yaitu tradisional, independen, dan terpisah (DeVito, 2018).

1. Tradisional. Hubungan ini saling berbagi sistem kepercayaan dasar dan filosofi hidup. Mereka juga saling bergantung serta percaya bahwa kemerdekaan masing – masing individu harus dikorbankan demi kebaikan hubungan. Di dalam komunikasi, mereka sangat responsif satu sama lain. Mereka bersandar satu sama lain, tersenyum, banyak bicara, dan menyelesaikan persoalan satu sama lain.
2. Independen. Hubungan ini menekankan pada individualitas. Hubungan merupakan sesuatu yang dibutuhkan tetapi tidak lebih penting daripada identitas setiap orang. Meskipun mereka menghabiskan banyak waktu bersama, namun itu tidak sering dan tidak terjadwal. Setiap individu menghabiskan waktu lebih untuk bersama teman-temannya di luar.
3. Orang terpisah. Terdapat karakteristik yang sangat signifikan dari tipe ini yaitu bahwa setiap orang memandang dirinya sendiri sebagai sebagai individu yang terpisah serta tidak sebagai bagian dari “kita”. Mereka melihat bahwa hubungan mereka lebih mengarah pada masalah kenyamanan daripada sebagai hasil dari cinta atau kedekatan timbal balik. Selain itu, mereka nampaknya mempunyai sedikit keinginan untuk bersama dan pada kenyataannya, mereka biasanya bersama pada saat acara – acara seperti makan atau sekedar kumpul – kumpul atau liburan bersama. Dalam pemisahan ini penting bahwa setiap individu memiliki ruang fisik dan psikologisnya sendiri.

### 7.2.2. Relasi Orangtua - Anak

Interaksi antara orang tua dengan anak sangat penting karena merupakan kontak pertama seseorang dengan orang lain. Bowlby (dalam Branscombe & Baron, 2017) mengembangkan konsep gaya kelekatan yaitu tingkat keamanan yang dirasakan individu dalam hubungan interpersonal. Bowlby menyatakan bahwa bayi mendapatkan dua sikap dasar dalam proses interaksi awal mereka dengan orang dewasa. Sikap yang pertama adalah sikap tentang diri atau lebih tepatnya harga diri (*self-esteem*). Perilaku dan reaksi emosional pengasuh memberikan informasi kepada bayi bahwa ia adalah individu yang berharga, dicintai, dan penting. Sikap dasar yang kedua adalah kepercayaan interpersonal (*interpersonal trust*), apakah pengasuh dianggap oleh bayi sebagai individu yang dapat diandalkan dan dipercaya.

Berdasarkan dua sikap dasar *self-esteem* dan *interpersonal trust* dapat diklasifikasikan empat gaya kelekatan sebagai berikut (Branscombe & Baron, 2017):

- a. Individu dengan gaya kelekatan aman (*secure attachment style*) memiliki harga diri dan kepercayaan yang tinggi. Individu ini dianggap sebagai individu yang paling mampu dalam membentuk relasi yang langgeng, berkomitmen, dan memuaskan sepanjang hidup.
- b. Individu dengan gaya kelekatan yang menghindar dan cemas (*fearful-avoidant attachment style*) memiliki harga diri dan kepercayaan interpersonal yang rendah. Individu ini cenderung tidak membentuk hubungan dekat atau memiliki hubungan yang tidak bahagia.
- c. Individu dengan gaya kelekatan terpreokupasi (*preoccupied attachment style*) memiliki harga diri yang rendah dan kepercayaan interpersonal yang tinggi. Individu ini menginginkan kedekatan membentuk hubungan yang terlalu bergantung pada orang lain.
- d. Individu dengan gaya kelekatan menolak (*dismissing attachment style*) mempunyai harga diri yang tinggi dan kepercayaan interpersonal yang rendah. Kombinasi ini membuat orang percaya bahwa mereka sangat pantas mendapatkan hubungan yang baik. Akan tetapi, orang ini tidak

mempercayai orang lain. Orang ini adalah tipe orang yang mengatakan tidak membutuhkan hubungan dekat dengan orang lain.

### **7.2.3. Pola Komunikasi Keluarga**

Terdapat empat pola komunikasi yang diidentifikasi sebagai berikut (DeVito, 2018):

1. *Equalitas*. Pada pola kesetaraan, setiap orang memiliki kedudukan yang sama dalam berkomunikasi dan tingkat kredibilitas yang sama. Setiap orang sama – sama terbuka terhadap ide, pendapat, dan keyakinan satu sama lain. Komunikasi itu terbuka, jujur, serta langsung. Tidak ada pemimpin atau pengikut, tidak ada pemberi opini atau pencari opini, setiap anggota keluarga memainkan peran ini secara setara. Seluruh anggota sama – sama berbagi dalam proses pengambilan keputusan.
2. *Balanced Split*. Setiap orang dipandang sebagai ahli atau pengambil keputusan di berbagai bidang. Misalnya, dalam keluarga inti tradisional, suami memiliki kredibilitas yang tinggi dalam urusan bisnis. Sang istri menjaga kredibilitas tinggi dalam hal – hal seperti mengasuh anak dan memasak.
3. *Split Unbalanced*. Dalam hubungan ini dapat dikatakan tidak seimbang, sebab terdapat satu pihak yang mendominasi. Hal ini dapat dikatakan sebagai kontrol. Jadi, satu orang mengatur atau mengendalikan hubungan.
4. *Monopoli*. Di dalam hubungan monopoli, satu orang dipandang sebagai otoritas. Orang ini selalu berhak mengambil keputusan akhir. Pada keluarga seperti ini, sedikit terjadi pertengkaran karena semua anggota keluarga sudah mengetahui siapa yang berhak dan siapa yang akan memenangkan pertengkaran jika terjadi konflik. Ketika otoritas ditantang, maka akan terjadi adu argumen dan konflik.

### **7.2.4. Latihan**

Lakukan review jurnal tentang keluarga! Perhatikan bagaimana komunikasinya?

### 7.3. Penutup

#### 7.3.1. Rangkuman

Keluarga dapat didefinisikan sebagai sekelompok orang dengan peran yang jelas, memiliki tanggung jawab terhadap orang lain dalam kelompok, berbagi sejarah dan masa depan, ruang hidup bersama, dan aturan untuk berkomunikasi. Pola komunikasi dalam keluarga meliputi ekualitas, balanced split, split unbalanced, serta monopoli.

#### 7.3.2. Tes Formatif

1. Dalam hubungan ini menekankan individualitas mereka. Relasi merupakan hal penting tetapi tidak lebih penting daripada identitas setiap orang . . .
  - a. Orang tradisional
  - b. Orang modern
  - c. Orang independent
  - d. Orang dependen
  - e. Orang terpisah
2. Sikap dasar yang dikembangkan seseorang dan orangtua di awal masa kelahirannya adalah . . .
  - a. Interpersonal trust dan self-esteem
  - b. Interpersonal trust dan self-disclosure
  - c. Interpersonal trust dan self-promotion
  - d. Intergroup trust dan self-esteem
  - e. Intergroup trust dan self-disclosure
3. Berikut merupakan ciri khas dari preoccupied attachment style . . .
  - a. Harga diri tinggi dan kepercayaan tinggi
  - b. Harga diri tinggi dan kepercayaan rendah
  - c. Harga diri rendah dan kepercayaan tinggi
  - d. Harga diri rendah dan kepercayaan sedang
  - e. Harga diri rendah dan kepercayaan rendah
4. Pola komunikasi dalam keluarga di mana satu orang dipandang sebagai otoritas adalah . . .
  - a. Ekualitas
  - b. Balanced split
  - c. Split unbalanced

- d. Monopoli
  - e. Memaksa
5. Pola komunikasi dalam keluarga di mana setiap orang dipandang sebagai ahli atau pengambil keputusan di berbagai bidang adalah . . .
    - a. Ekualitas
    - b. Balanced split
    - c. Split unbalanced
    - d. Monopoli
    - e. Memaksa
  6. Jelaskan pengertian keluarga!
  7. Apa yang dimaksud pola komunikasi keluarga ekualitas?
- 7.3.3. Umpan Balik
- Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar
- 7.3.4. Tindak Lanjut
- Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.
- 7.3.5. Kunci Jawaban
1. C
  2. A
  3. C
  4. D
  5. B
  6. Keluarga dapat didefinisikan sebagai sekelompok orang dengan peran yang jelas, memiliki tanggung jawab terhadap orang lain dalam kelompok, berbagi sejarah dan masa depan, ruang hidup bersama, dan aturan untuk berkomunikasi. Keluarga merupakan pusat kehidupan kontemporer.
  7. Dalam pola kesetaraan, masing – masing orang sama dalam berkomunikasi dan setiap orang diberikan tingkat kredibilitas yang sama. Setiap orang sama – sama terbuka terhadap ide, pendapat, dan keyakinan satu sama lain. Komunikasi itu terbuka, jujur, serta langsung. Tidak ada pemimpin atau pengikut, tidak ada pemberi opini atau pencari opini, keduanya

memainkan peran ini secara setara. Kedua belah pihak sama – sama berbagi dalam proses pengambilan keputusan.

#### **7.4. Daftar Pustaka**

Branscombe, N. R., & Baron, R. A. (2017). *Social psychology*.  
Pearson Education Limited.

DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course*.  
Hoboken, NJ: Pearson Higher Education.

# 8

## KOMUNIKASI KELOMPOK

### 8.1. Pendahuluan

#### 8.1.1. Deskripsi Singkat

Kelompok merupakan kumpulan orang yang memiliki interdependensi untuk meraih tujuan. Seseorang merasa atau tidak merasa menjadi bagian dari kelompok tergantung pada persepsi keanggotaan. Pokok bahasan 8 membekali mahasiswa dengan konsep kelompok, norma dalam kelompok, dan brainstorming dalam kelompok.

#### 8.1.2. Relevansi

Kajian dalam pokok bahasan 8 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab selanjutnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka bisa mempelajari pokok bahasan 9.

#### 8.1.3. Kompetensi

##### a. Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

##### b. Kompetensi Dasar

- Mahasiswa mampu menjelaskan konsep kelompok dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan norma dalam kelompok dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan brainstorming dalam kelompok dengan akurasi minimal 80%.

#### 8.1.4. Petunjuk Belajar

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah, presentasi mahasiswa, dan diskusi kelompok kecil.

## **8.2. Penyajian**

### **8.2.1. Kelompok**

Kelompok merupakan kumpulan individu yang memiliki interdependensi satu sama lain. Seseorang merasa atau tidak menjadi bagian dari kelompok tergantung pada persepsi terhadap keanggotaannya. Dalam keterkaitan dengan kelompok, seorang anggota harus taat pada norma (Pearson, dkk., 2017). Partisipasi setiap anggota kelompok ini dibentuk dengan adanya tujuan yang sama dan kerjasama.

Norma kelompok dibentuk dan dipertahankan dalam komunikasi antaranggota (Pearson, dkk. 2017). Norma kelompok adalah aturan atau standar perilaku yang mengidentifikasi perilaku mana yang dianggap tepat (misalnya, bersedia mengambil tugas tambahan atau mengarahkan konflik ke masalah daripada ke orang) dan mana yang dianggap tidak pantas (misalnya, datang terlambat atau tidak berkontribusi aktif). Terkadang aturan bersifat eksplisit, yang jelas dinyatakan dalam kontrak atau kebijakan, seperti "Semua anggota harus menghadiri rapat departemen". Terkadang aturan bersifat implisit, yang tidak dinyatakan dalam kontrak namun menjadi pedoman anggota-anggotanya.

Norma kelompok berlaku untuk anggota kelompok secara keseluruhan. Tentu saja norma kelompok berbeda dari satu kelompok dengan kelompok lainnya. Misalnya norma partai X yang demokratis dan norma partai Y yang otoriter tentu berbeda satu sama lain.

Bergabung dengan kelompok memberikan manfaat penting pada anggota, termasuk peningkatan pengetahuan diri, kemajuan menuju tujuan penting, status yang lebih tinggi, peningkatan rasa kontrol, dan kemungkinan mencapai perubahan sosial terutama jika identitas kolektif yang dipolitisasi berkembang. Namun, keanggotaan kelompok juga dapat menimbulkan dampak, seperti hilangnya kebebasan pribadi dan tuntutan berat pada waktu, energi, dan sumber daya. Keinginan untuk bergabung dengan kelompok eksklusif dan bergengsi mungkin begitu kuat sehingga individu bersedia menjalani inisiasi yang menyakitkan dan berbahaya untuk menjadi anggota (Branscombe & Baron, 2017).

### **8.2.2. Komunikasi dalam Kelompok**

Kelompok menjalankan fungsinya dalam berbagai format komunikasi. Di antara format komunikasi kelompok yang paling populer untuk acara yang relatif formal yaitu meja bundar, panel, simposium, dan forum symposium (DeVito, 2018).

1. Meja Bundar. Pada format meja bundar, anggota kelompok berada pada susunan pola melingkar atau setengah lingkaran. Anggota kelompok saling berbagi informasi atau memecahkan masalah tanpa pola pasti siapa yang berbicara dan kapan dapat berbicara. Interaksi kelompok bersifat informal, dan anggota berkontribusi sesuai keinginan masing-masing. Seorang pemimpin atau moderator mungkin hadir untuk bertanggung jawab menjaga diskusi terarah pada topik tertentu serta mendorong anggota yang pendiam untuk turut serta terlibat dalam diskusi.
2. Panel. Pada format panel, anggota kelompok adalah para ahli tetapi berpartisipasi secara informal dan tanpa pola siapa yang berbicara kapan, seperti dalam meja bundar. Perbedaannya adalah ada penonton yang dapat menyela komentar atau mengajukan pertanyaan. Variasi dapat dilakukan dengan format dua panel yang terdiri dari panel pakar dan panel awam. Panel awam membahas topik tersebut tetapi dapat beralih ke panel ahli ketika membutuhkan informasi teknis, data tambahan, atau arahan.
3. Simposium. Pada format simposium, setiap anggota menyampaikan presentasi yang dipersiapkan seperti pidato publik. Semua pidato ditujukan ke berbagai aspek berbeda dari satu topik. Seorang pemimpin simposium memperkenalkan para pembicara, memberikan transisi dari satu pembicara ke pembicara lainnya, dan dapat memberikan ringkasan berkala.
4. Symposium – Forum. Symposium – forum terdiri dari dua bagian yaitu simposium, dengan pidato yang telah disiapkan, dan forum, dengan pertanyaan dari audien dan tanggapan oleh pembicara. Pemimpin memperkenalkan pembicara dan memoderasi sesi tanya jawab.

Kelompok atau tim yang berwujud virtual juga memfasilitasi komunikasi antar anggota tim atau kelompoknya.

Tim virtual ini digambarkan dengan penggunaan berbagai situs media sosial seperti facebook, twitter, instagram dan lain sebagainya. Bentuk virtual ini memudahkan antaranggota berkomunikasi jarak jauh dan mudah digunakan untuk mencari pekerjaan, menjalankan bisnis, memecahkan masalah organisasi dan melakukan berbagai fungsi dalam kelompok yang dilayani oleh kelompok tatap muka.

### **8.2.3. Brainstorming**

*Brainstorming* adalah teknik untuk menganalisis masalah dengan menyajikan ide sebanyak mungkin (Osborn dalam DeVito, 2018). Kelompok mulai menggunakan *brainstorming* untuk mengurangi hambatan komunikasi anggota kelompok dan mendorong semua anggota untuk melatih kreativitas pikiran mereka. *Brainstorming* juga dapat mendorong kerja sama kelompok agar lebih kooperatif. Anggota belajar memahami bahwa ide dan kreativitasnya sendiri dipicu oleh kontribusi anggota lainnya. Teknik tersebut membangun kebanggaan anggota dan kepemilikan atas keputusan yang diambil karena semua anggota berkontribusi.

*Brainstorming* terjadi dalam dua fase yaitu periode *brainstorming* itu sendiri dan periode evaluasi. Pada saat proses awal *brainstorming*, anggota kelompok diberi tahu tentang masalah yang diangkat sehingga seluruh anggota kelompok dapat memikirkan solusinya. Saat kelompok bertemu, setiap orang berkontribusi menyampaikan pendapat, ide, dan alternatif solusi mengenai masalah tersebut. Selama sesi awal *brainstorming* terdapat beberapa prinsip yaitu:

1. Tidak diperbolehkan menyampaikan evaluasi. Semua gagasan dicatat untuk dilihat dan didengar oleh seluruh anggota kelompok. Larangan untuk menyampaikan evaluasi verbal dan nonverbal mendorong anggota kelompok untuk berpartisipasi dengan bebas. Aturan pertama ini mungkin yang paling sulit diikuti oleh anggota.
2. Jumlah pendapat adalah tujuan yang ingin dicapai. Semakin banyak pendapat dari anggota kelompok, maka akan semakin

besar kemungkinan solusi dari permasalahan tersebut ditemukan.

3. Mendorong kombinasi dan gagasan yang luas. Meskipun anggota tidak boleh mengevaluasi (kritik) pendapat anggota lain, namun setiap anggota bisa memperluas atau menggabungkan pendapat dari anggota lain.
4. Mengembangkan pendapat masing-masing yang memungkinkan terjadi. Ide liar bisa jadi mudah marah, tetapi tidak mudah untuk menguraikannya di ide sederhana atau konservatif.

#### **8.2.4. Dinamika Kelompok**

Kehadiran orang lain membangkitkan dan dapat meningkatkan (*social facilitation*) atau justru mengurangi kinerja (*social inhibition*) individu, tergantung pada apakah respons dominan dalam situasi tertentu benar atau salah. Ketika individu bekerja sama dalam kelompok, kadang terjadi pemalasan sosial (*social loafing*). Individu mengurangi energinya sehingga performa yang ditunjukkan tidak sebaik ketika bekerja sendiri. Terutama pada tugas-tugas tambahan di mana kontribusi anggota tersamarkan. Ada beberapa cara untuk mengurangi pemalasan sosial yaitu dengan membuat identifikasi kontribusi secara individual, meningkatkan komitmen terhadap tugas, dan memastikan bahwa kontribusi setiap anggota terhadap tugas itu unik (Branscombe & Baron, 2017).

Di dalam kelompok sering terjadi konflik. Konflik adalah suatu proses yang dimulai ketika individu mempersepsikan bahwa orang lain memiliki kepentingan yang tidak selaras. Konflik dapat dikurangi dengan banyak cara, tetapi tawar-menawar dan induksi tujuan yang lebih tinggi tampaknya paling efektif. Bagaimanapun juga individu ingin diperlakukan secara adil oleh kelompok di mana mereka berasal. Keadilan dapat dinilai dari segi hasil (*distributive justice*), dari segi prosedur (*procedural justice*), atau dari segi perlakuan yang santun (*transactional justice*).

Kelompok sering berasumsi bahwa mereka tidak mungkin salah dan bahwa informasi yang bertentangan dengan pandangan kelompok harus ditolak (*group think*). Orang cenderung percaya bahwa brainstorming di mana orang berusaha untuk menghasilkan

ide-ide baru dalam kelompok akan lebih efektif daripada individu yang bekerja sendiri. Perbedaan pendapat dan perdebatan dalam diskusi kelompok cenderung menghasilkan ide-ide yang lebih kreatif (Branscombe & Baron, 2017).

### **8.2.5. Komunikasi Kelompok dan Budaya**

Budaya mempengaruhi bagaimana kelompok masyarakat berkomunikasi dan berinteraksi. Misalnya, dalam dunia bisnis di Amerika Serikat, pria dan wanita diharapkan untuk berinteraksi saat membuat keputusan bisnis maupun saat bersosialisasi. Namun, dalam masyarakat Muslim dan Buddha, pembatasan agama mencegah kelompok gender campuran. Di beberapa masyarakat, termasuk di Amerika Serikat, Bangladesh, Australia, Jerman, Finlandia, dan Hong Kong, ketepatan waktu untuk pertemuan bisnis sangat penting. Namun di Maroko, Italia, Brasil, Zambia, Irlandia, dan Panama, waktu kurang dihargai. Terlambat bukanlah kesalahan besar.

Seseorang lebih cenderung menerima norma budaya kelompok apabila ia merasa keanggotaan kelompoknya penting dan ingin melanjutkan keanggotaannya dalam kelompok tersebut. Seseorang juga akan cenderung menerima norma-norma ini jika kelompok mereka kompak. Kekompakan berarti bahwa satu anggota dengan anggota lainnya terhubung erat, tertarik satu sama lain, dan bergantung satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan mereka. Terakhir, seseorang lebih cenderung menerima norma-norma ini jika ia akan dihukum dengan reaksi negatif atau dikeluarkan dari grup karena melanggarnya (DeVito, 2018).

#### *Budaya konteks tinggi dan rendah*

Perbedaan antara budaya konteks tinggi dan rendah memiliki relevansi khusus untuk komunikasi kelompok dan untuk berbicara di depan umum. Budaya konteks tinggi adalah budaya di mana banyak informasi dalam komunikasi yang berada dalam konteks atau pada orang, bukan secara eksplisit yang dikodekan dalam pesan verbal. Dalam budaya konteks tinggi, orang memiliki banyak informasi yang sama. Jadi tidak harus dibuat eksplisit. Di sisi lain, budaya konteks rendah adalah budaya di mana sebagian

besar informasi dalam komunikasi dinyatakan secara eksplisit dalam pesan verbal. Dalam budaya konteks rendah, orang tidak berasumsi bahwa mereka berbagi informasi tertentu sehingga membuat semua detail penting menjadi eksplisit.

Anggota kelompok dalam budaya konteks tinggi menghabiskan banyak waktu untuk saling mengenal sebelum terlibat dalam interaksi penting apa pun. Banyak pengetahuan dan informasi yang dibagikan implisit. Oleh karena itu pesan tidak harus secara eksplisit dinyatakan dalam musyawarah kelompok. Di sisi lain, anggota budaya konteks rendah menghabiskan lebih sedikit waktu untuk mengenal satu sama lain dan karena itu tidak memiliki pengetahuan yang bisa dibagikan. Akibatnya, semua pesan harus dinyatakan secara eksplisit selama diskusi kelompok.

Jika perbedaan sederhana ini tidak diperhitungkan, maka kesalahpahaman dapat dengan mudah terjadi. Misalnya, sifat langsung dan eksplisit dari budaya konteks rendah mungkin dapat diinterpretasi sebagai sesuatu hal yang menghina, tidak peka, atau tidak perlu bagi anggota budaya konteks tinggi. Sebaliknya, bagi anggota budaya konteks rendah, seseorang dari budaya konteks tinggi mungkin tampak tidak jelas bahkan tidak jujur dalam keengganannya untuk mengungkapkan secara eksplisit atau untuk terlibat dalam komunikasi yang dianggap oleh budaya konteks rendah terbuka dan langsung.

### **8.2.5. Latihan**

Lakukan analisis pada kelompok unit kegiatan mahasiswa di mana kamu menjadi aggotanya! Uraikan norma dalam kelompokmu!

## **8.3. Penutup**

### **8.3.1. Rangkuman**

Kelompok merupakan kumpulan yang terdiri dari individu yang memiliki interdependensi satu sama lain. Seseorang merasa atau tidak menjadi bagian dari kelompok tergantung pada persepsi keanggotaan.. Partisipasi yang dimiliki pada setiap anggota kelompok ini dibentuk dengan adanya tujuan yang sama dan dapat membentuk kerjasama kelompok yang diinginkan. Norma kelompok adalah aturan atau standar perilaku yang

mengidentifikasi perilaku mana yang dianggap tepat dan mana yang dianggap tidak pantas. Terkadang aturan untuk perilaku yang sesuai ini *eksplisit*; terkadang aturannya implisit. *Brainstorming* adalah teknik untuk menganalisis masalah dengan menyajikan ide sebanyak mungkin. Kelompok mulai menggunakan *brainstorming* untuk mengurangi hambatan anggota kelompok dan mendorong semua peserta untuk melatih kreativitas mereka

### 8.3.2. Tes Formatif

1. Anggota kelompok saling berbagi informasi atau memecahkan masalah tanpa pola pasti siapa yang berbicara kapan. Interaksi kelompok bersifat informal, dan anggota berkontribusi sesuai keinginan mereka merupakan ciri dari komunikasi . . .
  - a. meja bundar
  - b. panel
  - c. symposium
  - d. forum symposium
  - e. diadik
2. Setiap anggota menyampaikan presentasi yang dipersiapkan seperti pidato publik. Semua pidato ditujukan ke berbagai aspek berbeda dari satu topik. Ciri ini didapati pada pola komunikasi . . .
  - a. meja bundar
  - b. panel
  - c. symposium
  - d. forum symposium
  - e. diadik
3. Aturan atau standar perilaku yang mengidentifikasi perilaku mana yang dianggap tepat dan mana yang dianggap tidak tepat dalam kelompok disebut sebagai . . .
  - a. Status
  - b. Peran
  - c. Kohesivitas
  - d. Norma
  - e. Brainstorming
4. Teknik untuk menganalisis masalah dengan menyajikan ide sebanyak mungkin disebut sebagai . . .
  - a. Status

- b. Peran
- c. Kohesivitas
- d. Norma
- e. Brainstorming

5. Berikut ini BUKAN merupakan ciri dari brainstorming adalah

...

- a. Jumlah pendapat adalah tujuan utama
- b. Pemimpin perlu menyampaikan ide utama
- c. Tidak diperbolehkan menyampaikan evaluasi.
- d. Mendorong kombinasi dan gagasan yang luas
- e. Mengembangkan pendapat masing-masing yang memungkinkan terjadi.

6. Jelaskan apa itu kelompok!

7. Berilah contoh norma kelompok eksplisit dan implisit!

8. Apa tujuan brainstorming?

#### 8.3.3. Umpan Balik

Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar.

#### 8.3.4. Tindak Lanjut

Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.

#### 8.3.5. Kunci Jawaban

- 1. A
- 2. C
- 3. D
- 4. E
- 5. B
- 6. Kelompok merupakan kumpulan yang terdiri dari individu yang memiliki interdependensi satu sama lain. Seseorang merasa atau tidak menjadi bagian dari kelompok tergantung pada persepsi keanggotaan.. Partisipasi yang dimiliki pada setiap anggota kelompok ini dibentuk dengan adanya tujuan yang sama dan dapat membentuk kerjasama kelompok yang diinginkan.
- 7. Terkadang norma untuk perilaku yang sesuai ini *eksplisit*; yang secara jelas dinyatakan dalam kontrak atau kebijakan perusahaan, seperti "Semua anggota harus menghadiri rapat

departemen". Terkadang norma juga implisit; dimengerti bahwa anggota akan sopan atau terawat.

8. *Brainstorming* bertujuan untuk menganalisis masalah dengan menyajikan ide sebanyak mungkin. Kelompok mulai menggunakan *brainstorming* untuk mengurangi hambatan anggota kelompok dan mendorong semua peserta untuk melatih kreativitas mereka. Ini juga mendorong kerja sama tim yang kooperatif; anggota segera belajar bahwa ide dan kreativitas mereka sendiri dipicu oleh kontribusi orang lain.

#### **8.4. Daftar Pustaka**

- DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course*. Hoboken, NJ: Pearson Higher Education.
- Pearson, J.D., Nelson, P.E., Titsworth, S., Hosek, A. M. (2017). *Human communication*. New York: Mc Graw Hill Education.

# 9

## KOMUNIKASI ANGGOTA DAN PEMIMPIN KELOMPOK

### 9.1. Pendahuluan

#### 9.1.1. Deskripsi Singkat

Relasi dan komunikasi dalam kelompok ini sifatnya dinamis dan berkembang. Komunikasi antaranggota tentu berbeda komunikasi antara anggota dan pemimpin. Masing-masing memiliki kekhasan dan dinamikanya masing-masing. Pokok bahasan 9 membekali mahasiswa dengan konsep tentang anggota dalam kelompok, transformasi dari anggota menjadi pemimpin, serta pemimpin dalam kelompok.

#### 9.1.2. Relevansi

Kajian dalam pokok bahasan 9 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab selanjutnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka bisa mempelajari pokok bahasan 10.

#### 9.1.3. Kompetensi

##### a. Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

##### b. Kompetensi Dasar

- Mahasiswa mampu menjelaskan konsep anggota dalam kelompok dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan transformasi anggota menjadi pemimpin dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan pemimpin dalam kelompok dengan akurasi minimal 80%.

#### 9.1.4. Petunjuk Belajar

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah, presentasi mahasiswa, dan diskusi kelompok kecil.

## 9.2. Penyajian

### 9.2.1. Anggota

#### Tugas Anggota

Tugas anggota kelompok adalah membantu kelompok lebih fokus dalam mencapai tujuannya (Perason, dkk 2017). Sebagai anggota kelompok, seseorang bertindak bukan sebagai individu yang terisolasi, namun sebagai bagian dari keseluruhan kelompok. Biasanya, peran tugas anggota kelompok didistribusikan secara merata sehingga setiap anggota dapat mengambil beberapa peran. Dua belas peran tugas anggota kelompok tertentu adalah sebagai berikut (DeVito, 2018):

- a. *Initiator-contributor*, mempresentasikan perspektif baru tentang ide-ide lama, menyarankan tujuan baru, dan mengusulkan prosedur atau strategi organisasi baru.
- b. *Information seeker*, mencari fakta dan opini serta mencari klarifikasi tentang masalah yang sedang dibahas.
- c. *Opinion seeker*, menemukan nilai-nilai yang mendasari tugas kelompok.
- d. *Information giver*, menyajikan fakta dan opini kepada anggota kelompok.
- e. *Opinion giver*, menyajikan nilai dan opini serta mencoba untuk menjelaskan nilai-nilai kelompok itu seharusnya.
- f. *Elaborator*, memberi contoh, menyelesaikan masalah dengan solusi yang memungkinkan, serta mencoba untuk mengembangkan apa yang orang lain katakan.
- g. *Coordinator*, menjelaskan hubungan antar ide dan solusi yang disarankan anggota serta mengkoordinasikan kegiatan dari anggota.
- h. *Orienter*, meringkas apa yang telah dikatakan dan membahas arah yang diambil kelompok.
- i. *Evaluator-critic*, mengevaluasi keputusan kelompok, mempertanyakan logika atau kepraktisan saran, dan

memberikan umpan balik positif maupun negatif kepada kelompok.

- j. *Energizer*, merangsang kelompok ke aktivitas yang lebih besar.
- k. *Procedural technician*, menangani berbagai tugas-tugas teknis seperti mendistribusikan materi kelompok dan mengatur tempat duduk.
- l. *Recorder*, menuliskan kegiatan, saran, dan keputusan, serta menjadi anggota berfungsi sebagai pengingat hal-hal penting dalam kelompok.

### Pengembangan Anggota

Kebanyakan anggota kelompok fokus tidak hanya pada tugas yang akan dilakukan tetapi juga tentang hubungan interpersonal antaranggota. Jika kelompok berfungsi secara efektif dan jika anggotanya ingin produktif, maka kedua hal ini haruslah berjalan dengan sehat. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi, anggota kelompok mungkin menjadi mudah tersinggung ketika kelompok sedang *down*, sering terlibat dalam konflik, atau dinamika kelompok secara keseluruhan tidak memuaskan. Kelompok dan anggotanya membutuhkan jenis dukungan yang sama dengan kebutuhan individu. Pembangunan dan pemeliharaan kelompok dibagi menjadi tujuh peran khusus, yaitu (DeVito, 2018):

- a. *Encourager*, memberikan penguatan positif terhadap anggota dalam bentuk persetujuan atau pujian terhadap ide yang dikemukakan.
- b. *Harmonizer*, menengahi perbedaan di antara anggota kelompok.
- c. *Compromiser*, menawarkan kompromi sebagai cara untuk menyelesaikan konflik antara idenya dan ide orang lain.
- d. *Gatekeeper-expediter*, menjaga saluran komunikasi agar senantiasa terbuka dengan memperkuat peran pada anggota.
- e. *Standard setter*, mengusulkan standar keberfungsian kelompok serta solusi jika tidak mencapai standar tersebut.
- f. *Group observer and commentator*, membuat catatan tentang proses dalam kelompok dan menggunakannya sebagai bahan evaluasi kelompok.

- g. *Follower*, menjadi anggota yang pasif menerima gagasan dari orang lain, memosisikan diri sebagai penonton daripada sebagai anggota aktif.

### Peran Individu

Individu berperan untuk membantu kelompok itu mencapai tujuannya. Namun, bukan tidak mungkin individu menunjukkan peran yang kontraproduktif terhadap kelompok. Pasalnya, ada juga anggota yang justru menghambat produktivitas kelompok dan menurunkan kepuasan anggota lain. Hal ini terjadi karena fokus pemenuhan pribadi daripada pemenuhan kelompok. Di bawah ini terdapat beberapa peran individu yang terdapat pada kelompok (DeVito, 2018):

- a. *Aggressor*, mengungkapkan evaluasi negatif atas tindakan kelompok serta menyerang saran atas penyelesaian masalah yang sedang dipertimbangkan.
- b. *Blocker*, memberikan umpan balik negatif dan tidak menyenangkan, serta menentang saran dari anggota yang lain.
- c. *Recognition seeker*, memusatkan perhatian pada dirinya sendiri daripada pada tugas kelompok serta membual tentang pencapaian diri sendiri.
- d. *Self-confessor*, mengekspresikan perasaan diri sendiri dan perspektif pribadi daripada berfokus pada kelompok.
- e. *Playboy/playgirl*, membuat candaan tanpa memperhatikan proses dalam kelompok.
- f. *Dominator*, menjalankan kelompok dengan kekuasaan, memberi sanjungan kepada anggota kelompok, serta bertindak sebagai bos.
- g. *Help seeker*, mengekspresikan rasa ketidakamanan atau kebingungan guna mendapatkan simpati dari anggota kelompok lainnya.
- h. *Special interest pleader*, mengabaikan tujuan dari kelompok dan membela kasus beberapa kelompok khusus.

### 9.2.2. Dari Anggota Menjadi Pemimpin

Dalam banyak kasus, kelompok tidak memiliki pemimpin secara formal. Dalam situasi ini, satu anggota sering muncul

sebagai pemimpin dan menjadi pemimpin *de facto*. Berikut ini adalah beberapa perilaku yang tampak pada anggota muncul sebagai pemimpin (DeVito, 2018).

1. Anggota yang muncul sebagai pemimpin, mendengarkan semua anggota secara setara dan memberikan isyarat mendengarkan yang positif. Misalnya, dengan pesan nonverbal anggukan kepala atau pesan verbal yang minimal seperti "Ya" atau "Ya, saya mengerti".
2. Anggota yang muncul sebagai pemimpin, memberikan isyarat afiliasi positif, yaitu menunjukkan rasa menyukai anggota, melakukan kontak mata saat orang sedang berbicara, dan mempertahankan postur tubuh terbuka.
3. Anggota yang muncul sebagai pemimpin, menunjukkan pengetahuan yang mendalam tentang masalah.
4. Anggota yang muncul sebagai pemimpin, secara positif memperkuat anggota lain dengan mengakui kontribusi mereka dengan keduanya dengan cara tanggapan verbal dan nonverbal yang sesuai.
5. Anggota yang muncul sebagai pemimpin, menunjukkan kekuatan yang fleksibel. Seseorang memiliki pendapat dan tidak ragu untuk menyuarakannya. Di sisi lain, dia fleksibel tentang respon anggota lain atas pendapatnya tersebut.
6. Anggota yang muncul sebagai pemimpin, responsif terhadap usulan gagasan dari anggota lain.
7. Anggota yang muncul sebagai pemimpin, peka terhadap budaya dan tidak larut dengan stereotip.
8. Anggota yang muncul sebagai pemimpin, menunjukkan sifat-sifat yang terkait dengan kepemimpinan misalnya jujur, perhatian, dominan, dan kooperatif.
9. Anggota yang muncul sebagai pemimpin, memfokuskan pada substansi kritik bukan pada orang yang mengkritik.
10. Anggota yang muncul sebagai pemimpin, memperlakukan orang lain secara adil dan menempatkan anggota sebagai bagian penting bagi kelompok.

### 9.2.3. Pemimpin

Kepemimpinan didefinisikan dalam dua cara yang sangat berbeda (DeVito, 2018):

1. Kepemimpinan adalah proses mempengaruhi pikiran, perasaan, dan perilaku anggota kelompok. Kepemimpinan dan pengaruh adalah bagian dari keterampilan yang sama.
2. Kepemimpinan adalah proses memberdayakan orang lain. Pemimpin adalah orang yang membantu orang lain untuk memaksimalkannya potensi dan untuk mengendalikan hidup mereka.

Kedua definisi ini tidak saling eksklusif. Faktanya, pemimpin yang efektif mampu melakukan keduanya. Mereka mempengaruhi sekaligus memberdayakan orang lain. Pada banyak kelompok kecil, hanya satu orang berperan sebagai pemimpin. Pada kelompok yang lain, kepemimpinan dapat dilakukan oleh beberapa orang. Dalam beberapa kasus, seseorang dapat ditunjuk sebagai pemimpin karena posisinya dalam perusahaan atau hierarki. Dalam kasus lain pemimpin dapat muncul dari dalam kelompok karena dipilih oleh mayoritas anggota kelompok. Dua faktor penting ini memberikan pengaruh yang cukup besar pada siapa yang muncul sebagai pemimpin kelompok. Salah satunya adalah sejauh mana dia berpartisipasi aktif dalam kelompok. Orang yang paling banyak berbicara lebih mungkin muncul sebagai pemimpin (DeVito, 2016).

#### *Pendekatan sifat*

Pendekatan sifat-sifat kepemimpinan berpendapat bahwa pemimpin harus memiliki kualitas tertentu jika ingin berfungsi secara efektif. Beberapa sifat yang lekat dengan kepemimpinan adalah kecerdasan, dominasi, kejujuran, pandangan ke depan, altruisme, popularitas, keramahan, kerjasama, pengetahuan, dan ketergantungan. Pengetahuan dan kepribadian pemimpin umumnya merupakan faktor penting. Bagi beberapa kelompok pengetahuan terkait dengan keuangan dan kepribadian yang serius dipersepsikan sebagai pemimpin efektif, sedangkan bagi kelompok lain, pengetahuan tentang desain dan kepribadian yang lebih lucu mungkin efektif.

### *Pendekatan fungsional*

Pendekatan fungsional untuk kepemimpinan berfokus pada (fungsi) apa yang pemimpin harus lakukan dalam situasi tertentu. Beberapa dari fungsi ini dipertimbangkan dalam diskusi kelompok saat mengidentifikasi peran-peran dalam kelompok. Fungsi lain ditemukan dipertimbangkan ketika kelompok menetapkan tujuan kelompok, memberi arahan ke anggota kelompok, dan mengukur kemajuan kelompok.

### *Pendekatan Transformasional*

Kepemimpinan dalam pendekatan transformasional memperlihatkan bahwa pemimpin mengangkat anggota kelompok, tidak hanya untuk menyelesaikan tugas kelompok tetapi juga untuk membantu anggota menjadi individu yang lebih berdaya (Li & Shi, dalam DeVito, 2018). Selain pendekatan transformasional, ada juga konsep karisma yaitu kualitas individu yang membuat anggota percaya atau ingin mengikutinya. Para pemimpin dipandang sebagai panutan yang mempunyai kompeten, mampu, serta tujuan moral yang diartikulasikan (DeVito, 2016).

Gaya kepemimpinan transformasional lebih menekankan pada perhatian kepada karyawan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi. Gaya kepemimpinan ini memberikan kegiatan pengembangan kemampuan diri kepada karyawan untuk mencapai tujuan yang diharapkan dalam kelompok tersebut. Kepemimpinan ini dapat diterapkan dalam kelompok yang memiliki stratifikasi jabatan, seperti dalam perusahaan maupun organisasi. Sesuai dengan hasil penelitian Darmawan dkk (2020) di mana pemimpin transformasional mengubah nilai-nilai pribadi pengikut untuk mendukung visi dan misi organisasi DPP partai XX. Pemimpin menciptakan dan membentuk iklim kepercayaan di mana kepemimpinan transformasional DPP partai XX.

Gaya kepemimpinan transformasional sangat baik diterapkan di lingkungan dengan budaya kolektifis maupun negara-negara berkembang. Hal ini didukung oleh sebuah penelitian oleh Crede, Jong dan Harms (2019) yang menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kinerja bawahan di negara berkembang.

### *Pendekatan situasional*

Pendekatan situasional terhadap kepemimpinan berfokus pada tanggung jawab utama dari pemimpin yang menyelesaikan tugas di tangan dan memastikan kepuasan anggota. Pemimpin perlu untuk menyadari bahwa gaya pemimpin. Pemimpin bervariasi atas dasar situasi spesifik. Efektivitas kepemimpinan bergantung pada penggabungan perhatian untuk tugas dan orang sesuai dengan spesifik situasi. Pendekatan situasional menggambarkan empat gaya kepemimpinan. Teori ini menyatakan bahwa kelompok berbeda dalam hal tingkat kesiapan. Kelompok yang berisi anggota berpengetahuan dan berpengalaman, serta akan menunjukkannya keterampilan pada tingkat yang berkelanjutan dan dapat diterima memiliki tingkat yang tinggi kesiapannya.

#### **9.2.4. Latihan**

Jelaskan peranmu sebagai anggota salah satu organisasi!

### **9.3. Penutup**

#### 9.3.1. Rangkuman

Peran tugas anggota kelompok adalah membantu kelompok lebih fokus dalam mencapai tujuannya. Sebagai anggota kelompok yang efektif, seseorang bertindak bukan sebagai individu yang terisolasi, namun merupakan bagian dari keseluruhan yang lebih besar. Dalam banyak kasus, kelompok tidak memiliki pemimpin yang ditunjuk. Dalam situasi ini, satu anggota sering muncul sebagai pemimpin dan menjadi pemimpin *de facto*. Kepemimpinan adalah proses mempengaruhi pikiran, perasaan, dan perilaku anggota kelompok dan pendirian memikat arah yang diikuti orang lain; kepemimpinan dan pengaruh adalah bagian dari keterampilan yang sama

#### 9.3.2. Tes Formatif

1. Anggota kelompok memiliki tugas menyajikan fakta dan opini kepada anggota kelompok atau dikenal sebagai
  - a. *Initiator-contributor*
  - b. *Information seeker*
  - c. *Opinion seeker*

- d. *Information giver*
  - e. *Opinion giver*
2. Anggota kelompok memiliki tugas untuk menuliskan kegiatan, saran, dan keputusan; dia berfungsi sebagai memori grup atau lazim disebut sebagai
    - a. *Coordinator*
    - b. *Evaluator–critic*
    - c. *Energizer*
    - d. *Procedural technician*
    - e. *Recorder*
  3. Pembangunan dan pemeliharaan grup dipecah menjadi tujuh peran khusus, di mana seseorang menjaga saluran komunikasi terbuka dengan memperkuat upaya orang lain . . .
    - a. *Encourager*
    - b. *Harmonizer*
    - c. *Compromiser*
    - d. *Gatekeeper–expediter*
    - e. *Standard setter*
  4. Pendekatan kepemimpinan harus memiliki kualitas tertentu jika ingin berfungsi secara efektif misalnya kecerdasan, dominasi, kejujuran, pandangan ke depan, altruisme, popularitas, dan keramahan merupakan pendekatan . . .
    - a. Sifat
    - b. Fungsional
    - c. Transformasional
    - d. Situasional
    - e. Timbal balik
  5. Pendekatan kepemimpinan yang berfokus pada apa yang pemimpin harus lakukan dalam situasi tertentu adalah . . .
    - a. Sifat
    - b. Fungsional
    - c. Transformasional
    - d. Situasional
    - e. Timbal balik
  6. Jelaskan tugas anggota sebagai *elaborator* dan *coordinator*!
  7. Jelaskan kepemimpinan dari pendekatan fungsional!

### 9.3.3. Umpan Balik

Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar.

### 9.3.4. Tindak Lanjut

Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.

### 9.3.5. Kunci Jawaban

1. E
2. E
3. D
4. A
5. B
6. Tugas anggota sebagai *elaborator* adalah memberi contoh, menyelesaikan masalah dengan solusi yang memungkinkan, serta mencoba untuk mengembangkan apa yang orang lain katakan. Sedangkan tugas anggota sebagai *coordinator* adalah menjelaskan hubungan antar ide dan solusi yang disarankan anggota serta mengkoordinasikan kegiatan dari anggota.
7. Pendekatan sifat-sifat kepemimpinan berpendapat bahwa pemimpin harus memiliki kualitas tertentu jika ingin berfungsi secara efektif. Beberapa sifat yang lekat dengan kepemimpinan adalah kecerdasan, dominasi, kejujuran, pandangan ke depan, altruisme, popularitas, keramahan, kerjasama, pengetahuan, dan ketergantungan. Pengetahuan dan kepribadian pemimpin umumnya merupakan faktor penting. Bagi beberapa kelompok pengetahuan terkait dengan keuangan dan kepribadian yang serius dipersepsikan sebagai pemimpin efektif, sedangkan bagi kelompok lain, pengetahuan tentang desain dan kepribadian yang lebih lucu mungkin efektif.

## 9.4. Daftar Pustaka

- Crede, M., Jong, J., & Harms, P. (2019). The generalizability of transformational leadership across cultures: A meta-analysis. *Journal of Managerial Psychology*, 34(3), 139-155.
- Darmawan, A., Ruliana, P., & Irwansyah, I. (2020). Pengaruh komunikasi internal dan gaya kepemimpinan

transformatif terhadap kinerja. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(01), 23-33.

DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course*. Hoboken, NJ: Pearson Higher Education.

Pearson, J.D., Nelson, P.E., Titsworth, S., Hosek, A. M. (2017). *Human communication*. New York: Mc Graw Hill Education.

# 10

## KOMUNIKASI ANTARKELOMPOK

### 10.1. Pendahuluan

#### 10.1.1. Deskripsi Singkat

Perilaku antarkelompok ialah perilaku individu yang muncul sebagai manifestasi kondisi psikologis ketika berinteraksi dengan orang lain berbeda kelompok (out-group). Pokok bahasan 10 membekali mahasiswa dengan konsep perilaku atarkelompok, teori realistik konflik, teori identitas sosial, dan teori kontak pada relasi antarkelompok.

#### 10.1.2. Relevansi

Kajian dalam pokok bahasan 10 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab selanjutnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka bisa mempelajari pokok bahasan 11.

#### 10.1.3. Kompetensi

##### a. Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

##### b. Kompetensi Dasar

- Mahasiswa mampu menggunakan konsep perilaku antarkelompok dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan efek kontak pada antarkelompok dengan akurasi minimal 80%.

#### 10.1.4. Petunjuk Belajar

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah, presentasi mahasiswa, dan diskusi kelompok kecil.

## **10.2. Penyajian**

### **10.2.1. Perilaku Antarkelompok**

Perilaku antarkelompok ialah perilaku individu yang muncul sebagai manifestasi kondisi psikologis ketika berinteraksi dengan orang lain yang berbeda kelompok (*out-group*). Dengan demikian, perilaku antarkelompok tidak harus kelompok dalam jumlah yang besar berinteraksi dengan kelompok lain yang jumlahnya besar pula. Interaksi individu dan individu sejauh keduanya merepresentasikan kelompoknya masing-masing pun termasuk domain ini. Bahasan antarkelompok mengkaji teori-teori di antaranya teori realistik konflik, teori identitas sosial, dan teori kontak.

### **10.2.3. Teori Realistik Konflik**

Teori realistik konflik dikembangkan oleh Muzafer Sherif. Sherif (dalam Hogg & Vaughan, 2018) percaya bahwa kelompok bersaing atas sumber daya yang terbatas. Hubungan antarkelompok cenderung melahirkan konflik dan etnosentrisme. Ia menguji ide ini dengan eksperimen lapangan terhadap sekelompok anak laki-laki di sebuah perkemahan musim panas.

*Fase pertama*, anak-anak tiba di perkemahan. Tanpa sepengetahuan mereka, anak-anak itu diharuskan menjalani sebuah eksperimen. Mereka menjalani beberapa aktivitas perkemahan, seperti membentuk pertemanan. *Fase kedua*, perkemahan dibagi menjadi dua kelompok. Dua kelompok ini terpisah satu sama lain. Mereka menjalani aktivitasnya masing-masing, dan membentuk aturan dan perbedaan status masing-masing. *Fase ketiga*, dua kelompok tersebut dipertemukan kembali untuk mengikuti sebuah kompetisi olahraga dan aktivitas lainnya. Hal ini menumbuhkan jiwa kompetitif, dan persaingan antarkelompok. Perilaku etnosentris menghasilkan agresi antarkelompok dan solidaritas di dalam kelompok. Hampir semua aktivitas antarkelompok berubah menjadi permusuhan di antaranya (misalnya, tindakan saling melempar makanan terhadap kelompok lain ketika makan). *Fase keempat*, kedua kelompok dihadapkan pada *superordinate goals*, yaitu tujuan yang diinginkan keduanya, di mana tujuan ini tidak bisa diraih hanya oleh salah satunya. Dua kelompok diberitahu

bahwa truk yang membawa film kesukaan mereka yang akan ditonton mogok dan harus ditarik, tetapi dibutuhkan bantuan kedua kelompok. Sherif melihat perkembangan hubungan antarkelompok atas konsekuensi dari kerja sama antar kelompok sebelumnya.

### 10.2.3. Teori Identitas Sosial

Perjalanan teori identitas sosial tidak bisa dilepaskan dari minimal group paradigm. Minimum group paradigm menunjukkan bahwa ada kondisi minimal yang diperlukan bagi sekelompok orang untuk menjadi etnosentris dan bersaing satu sama lain. Pengkategorisasian secara minimal sekalipun bisa menyebabkan *bias ingroup*. Salah satu alasan mengapa orang mengidentifikasi dirinya sebagai anggota dari kelompok untuk mengurangi perasaan tidak pasti. Semua kelompok pasti berusaha untuk menguntungkan kelompok mereka sendiri daripada anggota kelompok lain.

Menurut Hogg dan Vaughan (2018), teori identitas sosial memiliki dasar pokok pikiran. Pertama, masyarakat terbagi menjadi beberapa kelompok sosial yang memiliki tingkat kekuasaan dan prestige yang berbeda. Kedua, kategori sosial memberikan identitas sosial kepada anggota. Identitas sosial adalah bagian dari konsep diri yang berasal dari keanggotaan kelompok. Identitas sosial memosisikan kita dengan orang lain sebagai *ingroup* atau *outgroup*. Identitas sosial berkaitan dengan perilaku kelompok dan antarkelompok, yang memiliki beberapa ciri yaitu etnosentrisme, *favouritism ingroup*, diferensiasi antarkelompok, kesesuaian dengan norma dalam kelompok, solidaritas dan kohesi dalam kelompok, dan persepsi diri.

Teori identitas sosial membedakan identitas sosial dengan identitas pribadi, hal ini disengaja untuk menghindari menjelaskan proses kelompok dan antarkelompok dalam hal atribut kepribadian atau hubungan interpersonal. Teori identitas sosial percaya bahwa banyak teori psikologi sosial tentang proses kelompok dan hubungan antarkelompok terbatas karena mereka menjelaskan fenomena dengan menggabungkan efek dari kecenderungan kepribadian atau hubungan antarpribadi (Hogg & Vaughan, 2018).

#### 10.2.4. Teori Kontak Antarkelompok

*Intergroup Contact* menurut merupakan wujud interaksi nyata antara anggota dari kelompok-kelompok berbeda, yang telah secara jelas terdefinisi sebagai anggota dari suatu kelompok sosial tersebut (Crist & Kauff, 2019). Para peneliti sosial telah mendiskusikan mengenai teori kontak antarkelompok ini sejak tahun 1930-an. Menurut mereka, kontak di antara anggota dari kelompok-kelompok yang berbeda berperan sebagai suatu cara untuk mengatasi ketegangan antarkelompok dan konflik. Akan tetapi, suatu kontak yang mutual di antara anggota dari kelompok-kelompok yang berbeda bukanlah solusi mutlak untuk mengurangi prasangka antarkelompok (Allport dalam Crist & Kauff, 2019).

Allport pun memformulasikan suatu hipotesis mengenai teori kontak antarkelompok, yakni kontak antarkelompok hanya akan mengurangi prasangka di dalam suatu situasi yang memenuhi empat kriteria. Empat kriteria tersebut adalah adanya:

- a) status kelompok yang setara dalam situasi kontak,
- b) tujuan yang sama,
- c) kerjasama antarkelompok (sebagai contoh: kerja sama dalam mengupayakan suatu tujuan yang sama), serta
- d) dukungan dari pihak berwenang, hukum, atau adat.

Hipotesis kontak antarkelompok yang dikemukakan oleh Allport ini menginisiasi banyak penelitian yang dilakukan oleh sekelompok ahli mengenai topik serupa. Efek dari kontak antarkelompok adalah mengurangi prasangka. Kontak antarkelompok memiliki dua jenis efek, yaitu efek transfer primer (*primary transfer effect of intergroup*) dan efek transfer sekunder (*secondary transfer effect*). Efek transfer primer dari kontak antarkelompok adalah generalisasi sikap positif, yang bermula dari sikap positif terhadap seorang anggota kelompok lain (*outgroup*), menjadi munculnya sikap positif terhadap keseluruhan *outgroup* lain tersebut. Sedangkan efek transfer sekunder dari kontak antarkelompok adalah generalisasi sikap positif dari satu *outgroup* kepada *outgroup* lain yang tidak terlibat dalam situasi kontak Antarkelompok tersebut (Crist & Kauff, 2019).

Klasifikasi bentuk-bentuk dari kontak antarkelompok adalah sebagai berikut (Crist & Kauff, 2019):

- a. *Direct intergroup contact* (kontak antarkelompok langsung), yaitu kontak antarkelompok yang bersifat langsung, dengan artian kontak dilakukan dengan adanya tatap muka langsung.
- b. *Indirect intergroup contact* (kontak antarkelompok tidak langsung), yaitu kontak antarkelompok yang tidak ada kontak dan tatap muka secara langsung. Kontak ini yang dapat diklasifikasikan menjadi tiga bentuk sebagai berikut:
  1. *Extended intergroup contact* (kontak antarkelompok yang diperpanjang), adalah kontak antarkelompok yang dilakukan dengan cara mengetahui bahwa salah seorang anggota *ingroup* (anggota kelompok itu sendiri) memiliki/menjaga hubungan dengan anggota *outgroup* (anggota kelompok lain).
  2. *Vicarious intergroup contact* (kontak antarkelompok yang Diamati), adalah kontak antarkelompok yang dilakukan dengan mengobservasi kontak di antara seorang anggota *ingroup* dan anggota *outgroup*.
  3. *Imagined intergroup contact* (kontak antarkelompok yang dibayangkan), adalah kontak antarkelompok yang dilakukan dengan membayangkan kontak dengan seorang anggota *outgroup*.

#### **10.2.5. Efek Kontak Antarkelompok**

Sejumlah penelitian meneliti mediator potensial dari efek kontak antarkelompok (Christ & Kauff, 2019). Kontak memberikan efek pada prasangka terutama dengan mengurangi pengaruh negatif (misalnya, kecemasan antarkelompok) dan dengan menginduksi proses afektif positif (misalnya, empati dan pengambilan perspektif). Mediator kognitif (misalnya pengetahuan antarkelompok) tampaknya memainkan peran yang kurang penting.

Kontak antarkelompok, walaupun telah dikemukakan bahwa memiliki efek positif berupa mengurangi prasangka dan meningkatkan relasi antarkelompok, juga memiliki dampak-dampak negatif. Seperti dikemukakan oleh Hayward dkk. (2017), terdapat kontak-kontak antarkelompok di mana salah satu anggota kelompok tersinggung, terancam, atau terlukai secara fisik oleh anggota dari kelompok lain.

Christ dan Kauff (2019) menjelaskan bahwa teori kontak antarkelompok memberikan pedoman yang jelas dan ringkas untuk intervensi yakni individu dari kelompok yang berbeda harus dibawa dalam kontak langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak intervensi untuk mengurangi prasangka didasarkan pada teori kontak antarkelompok. Dikutip dari meta-analisis Pettigrew dan Tropp (dalam Christ & Kauff, 2019), secara keseluruhan, intervensi kontak antarkelompok umumnya menghasilkan peningkatan sikap antarkelompok (misalnya, pengurangan prasangka etnis), baik segera dan hingga satu tahun kemudian, serta menunjukkan efektivitas pelaksanaan baik bentuk kontak langsung maupun tidak langsung. Kedua intervensi kontak langsung dan tidak langsung tampaknya sama efektifnya dalam meningkatkan sikap antarkelompok.

#### **10.2.4. Latihan**

Carilah jurnal relasi antarkelompok dan analisis temuan penelitian tersebut!

### **10.3. Penutup**

#### **10.3.1. Rangkuman**

Perilaku antarkelompok ialah perilaku individu yang muncul sebagai manifestasi kondisi psikologis ketika berinteraksi dengan orang lain berbeda kelompok (out-group). Dengan demikian, perilaku antarkelompok tidak harus kelompok dalam jumlah yang besar berinteraksi dengan kelompok lain yang jumlahnya besar pula. Interaksi individu dan individu sejauh keduanya merepresentasikan kelompoknya masing-masing pun termasuk domain ini. Sejumlah penelitian meneliti mediator potensial dari efek kontak antarkelompok. Kontak memberikan efek pada prasangka terutama dengan mengurangi pengaruh negatif dan dengan menginduksi proses afektif positif.

#### **10.3.2. Tes Formatif**

1. Berikut ini BUKAN merupakan syarat kontak antarkelompok .

..

- a. status kelompok yang setara
  - b. tujuan yang sama,
  - c. kerjasama antarkelompok
  - d. dukungan dari pihak berwenang
  - e. kohesivitas intragroup
2. Generalisasi sikap positif dari satu *outgroup* kepada *outgroup* lain yang tidak terlibat dalam situasi kontak antarkelompok dikenal sebagai . . .
  - a. efek transfer primer
  - b. efek transfer sekunder
  - c. efek transfer tersier
  - d. efek transfer umum
  - e. efek transfer khusus
3. Kontak antarkelompok yang dilakukan dengan membayangkan kontak dengan seorang anggota *outgroup*
  - a. *direct intergroup contact*
  - b. *extended intergroup contact*
  - c. *vicarious intergroup contact*
  - d. *imagined intergroup contact*
  - e. *passive intergroup contact*
4. Kontak antarkelompok yang dilakukan dengan cara mengetahui bahwa salah seorang anggota *ingroup* memiliki/menjaga hubungan dengan anggota *outgroup* adalah . . .
  - a. *direct intergroup contact*
  - b. *extended intergroup contact*
  - c. *vicarious intergroup contact*
  - d. *imagined intergroup contact*
  - e. *passive intergroup contact*
5. Kontak antarkelompok yang dilakukan dengan mengobservasi kontak di antara seorang anggota *ingroup* dan anggota *outgroup* adalah . . .
  - a. *direct intergroup contact*
  - b. *extended intergroup contact*
  - c. *vicarious intergroup contact*
  - d. *imagined intergroup contact*
  - e. *passive intergroup contact*
6. Jelaskan apa yang dimaksud perilaku antarkelompok!

7. Sebutkan efek kontak antar kelompok!

#### 10.3.3. Umpan Balik

Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar.

#### 10.3.4. Tindak Lanjut

Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.

#### 10.3.5. Kunci Jawaban

1. E
2. B
3. D
4. B
5. C
6. Perilaku antarkelompok ialah perilaku individu yang muncul sebagai manifestasi kondisi psikologis ketika berinteraksi dengan orang lain berbeda kelompok (out-group). Dengan demikian, perilaku antarkelompok tidak harus kelompok dalam jumlah yang besar berinteraksi dengan kelompok lain yang jumlahnya besar pula. Interaksi individu dan individu sejauh keduanya merepresentasikan kelompoknya masing-masing pun termasuk domain ini.
7. Kontak memberikan efek pada prasangka terutama dengan mengurangi pengaruh negatif (misalnya, kecemasan antarkelompok) dan dengan menginduksi proses afektif positif (misalnya, empati dan pengambilan perspektif).

### 10.4. Daftar Pustaka

- Crist, O. & Kauff, M. (2019). *Intergroup contact theory*. Dalam K. Sassenberg & M.L.W.Vliek. *Social Psychology in Action. Evidence-Based Interventions from Theory to Practice*. Cham : Springer Nature
- Hayward, L. E., Tropp, L. R., Hornsey, M. J., & Barlow, F. K. (2017). Toward a comprehensive understanding of intergroup contact: Descriptions and mediators of positive and negative contact among majority and minority groups. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 43(3),

347-364.

Hogg, M. A. & Vaughan, G.M. (2018). *Social psychology*. (8<sup>th</sup> ed.).  
London: Pearson

# 11

## KOMUNIKASI ORGANISASI

### 11.1. Pendahuluan

#### 11.1.1. Deskripsi Singkat

Organisasi dapat diartikan sebagai sekumpulan orang yang terorganisir dan saling bekerja sama dalam rangka mencapai tujuan yang kompatibel. Pokok bahasan 11 membekali mahasiswa dengan penerapan pengertian organisasi dan komunikasi di dalam organisasi.

#### 11.1.2. Relevansi

Kajian dalam pokok bahasan 11 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab selanjutnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka bisa mempelajari pokok bahasan 12.

#### 11.1.3. Kompetensi

##### a. Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

##### b. Kompetensi Dasar

- Mahasiswa mampu menjelaskan konsep organisasi dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu membedakan antara komunikasi formal dan informal dengan akurasi minimal 80%.

#### 11.1.4. Petunjuk Belajar

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah, presentasi mahasiswa, dan diskusi kelompok kecil.

## **11.2. Penyajian**

### **11.2.1. Organisasi**

Komunikasi diperlukan dalam memahami dinamika dalam organisasi, seperti tempat kerja (Pearson, dkk., 2017). Organisasi dapat diartikan sebagai sekumpulan orang yang terorganisir dan saling bekerja sama dalam rangka mencapai tujuan yang kompatibel (DeVito, 2018).

- a. Terorganisir. Kata terorganisir mengacu pada fakta bahwa semua organisasi memiliki struktur atau terstruktur. Struktur tersebut akan membedakan secara tegas status dan peran sehingga setiap anggota organisasi berada dalam sistem hierarki yang jelas.
- b. Sekumpulan orang. Jumlah individu dalam organisasi sangat bervariasi dari tiga sampai empat orang hingga ribuan orang dari berbagai budaya yang berbeda di seluruh dunia
- c. Bekerja sama. Meskipun setiap anggota organisasi memiliki pekerjaan yang berbeda atau memiliki porsinya masing-masing namun mereka saling terkait dan terhubung.
- d. Tujuan yang kompatibel. Meskipun tujuan yang dikerjakan masing- masing anggotanya berbeda atau belum tentu sama, tetapi kompatibel. Misalnya satu orang mungkin bekerja demi menafkahi keluarganya, tetapi seseorang lain mungkin bertujuan untuk belajar berbisnis, untuk bisa lebih dekat dengan orang yang dikagumi atau bahkan untuk memenuhi syarat pembebasan bersyarat. Terlepas dari spesifiknya motivasi, pekerjaan yang dilakukan orang-orang tersebut adalah tetap berkontribusi pada tujuan dasar organisasi di mana ia berada.

### **11.2.2. Komunikasi dalam Organisasi**

Komunikasi dalam organisasi dapat didefinisikan menjadi dua definisi, yaitu definisi yang lebih menekankan pada aspek fungsional (objektif) dan definisi yang dilihat dari perspektif interpretatif (subjektif). Apabila dilihat dari aspek fungsional, komunikasi dalam organisasi dilakukan sebagai cara untuk menafsirkan pesan di antara unit-unit dalam komunikasi yang merupakan bagian dari sebuah organisasi. Dari perspektif subjektif, komunikasi dalam organisasi dilakukan sebagai proses penciptaan

makna atas interaksi di dalam organisasi, bagaimana orang yang terlibat dalam proses komunikasi berinteraksi dan memberikan makna.

Secara umum, komunikasi organisasi dapat dibedakan atas komunikasi formal dan komunikasi informal. Komunikasi formal memiliki saluran komunikasi yang ditentukan oleh struktur yang telah direncanakan dan dirancang oleh organisasi. Sedangkan komunikasi informal melibatkan saluran komunikasi yang tidak direncanakan dan tidak mengikuti struktur formal organisasi, tetapi timbul dari interaksi sosial di antara anggota organisasi.

### *Komunikasi Formal*

Terdapat tiga bentuk komunikasi formal yang sering dipakai dalam sebuah organisasi yaitu *upward communication*, *downward communication*, dan *lateral communication*.

Pertama, *upward communication* atau komunikasi dari bawah ke atas melibatkan aliran pesan dari tingkat yang lebih rendah atau bawahan ke tingkat yang lebih tinggi atau untuk seseorang yang memiliki kedudukan yang lebih tinggi. Misalnya informasi dari pegawai untuk manajer. Jenis komunikasi ini biasanya berkaitan dengan aktivitas dan masalah mengenai pekerjaan, penyampaian ide dan saran untuk perubahan organisasi, dan lain sebagainya. Jenis komunikasi ini sangat penting untuk keberlangsungan dan pengembangan organisasi apapun.

Berikut ini adalah pedoman atau petunjuk untuk *upward communication*. Bagi manajer perlu membuat sistem untuk *upward communication* yang dapat diterima oleh pegawai. Misalnya diadakan kotak saran atau rapat rutin. Manajer juga perlu bersikaplah terbuka untuk mendengarkan komentar dari bawahan bahkan jika kritik sekalipun. Sedangkan bagi karyawan, perlu waspada terhadap pengiriman pesan yang mungkin ambigu atau bertentangan dengan pesan sebelumnya. Karyawan juga perlu mengirimkan terlalu banyak pesan dan informasi. Hal ini dilakukan karena manager mungkin akan sulit membedakan pesan atau informasi yang sebenarnya penting.

Kedua, *downward communication* atau komunikasi dari atas ke bawah melibatkan aliran informasi atau pesan yang

disampaikan seseorang yang memiliki wewenang atau kedudukan lebih tinggi ke orang yang kedudukannya lebih rendah. Misalnya informasi atau pesan dari manajer untuk para pegawai atau dari dekan untuk civitas akademika fakultas. Kebanyakan komunikasi ke bawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan dengan tugas-tugas. Pesan tersebut biasanya berhubungan dengan pengarahannya, tujuan, perintah, pertanyaan, dan kebijaksanaan umum.

Berikut ini adalah pedoman atau petunjuk agar efektif dalam berkomunikasi. Atasan perlu menggunakan kosa kata yang dapat dimengerti oleh semua orang. Jika memberi tugas atau pekerjaan, atasan harus memberi informasi yang cukup dan jelas namun tidak berlebihan. Jika memberi kritikan, atasan harus berhati-hati dalam memilih kosa kata, agar tidak merusak *image* orang tersebut.

Ketiga, *lateral communication* menunjukkan aliran pesan atau informasi yang berlangsung di antara anggota-anggota organisasi yang menduduki posisi-posisi yang sama tingkat otoritasnya. Misalnya manajer ke manajer atau karyawan ke karyawan. Pesan ini biasanya berhubungan dengan koordinasi tugas-tugas atau tujuan organisasi. Sesama manajer atau sesama karyawan melakukan koordinasi dalam perencanaan pemecahan masalah, eksekusi penyelesaian konflik, dan pemberian informasi. Komunikasi lateral ini juga membangun moral dan kepuasan kerja. Karena jika komunikasi antarkaryawan atau antarmanajer berlangsung dengan baik maka akan menghasilkan kepuasan dalam bekerja.

### *Komunikasi Informal*

Komunikasi informal dalam organisasi mungkin menyangkut berbagai topik yang berhubungan erat dengan pekerjaan dan organisasi. Informasi atau pesan tersebut biasa disebut *grapevine*. *Grapevine* atau desas-desus dikatakan sebagai metode untuk menyampaikan rahasia dari orang-orang yang tidak dapat diperoleh melalui jaringan komunikasi formal. Komunikasi ini tidak mengikuti jalur komunikasi formal dan hierarkis apa pun yang ditetapkan dalam organisasi. Walaupun *grapevine* ini

membawa informasi yang informal tetapi memiliki manfaat bagi organisasi. Misalnya mengetahui masalah organisasi belum dipublikasikan secara formal.

Crampton dkk. (dalam DeVito, 2018) menyebut bahwa komunikasi *grapevine* banyak digunakan ketika pokok bahasan ini mempertimbangkan kepentingan pekerja (pokok bahasan paling penting, *grapevine* akan berfokus pada hal itu); terdapat ketidakpastian tentang apa yang akan dilakukan organisasi (kurangnya kejelasan mendorong komunikasi *grapevine*); serta situasi dirasakan sebagai ancaman atau rasa tidak aman, dan kegelisahan dapat terlalu tinggi (dalam keadaan seperti itu pesan *grapevine* dapat menjadi benteng).

### 11.2.3. Relasi dalam Organisasi

Dalam sebuah organisasi akan selalu ada hubungan interpersonal. Dengan memahami hubungan dalam organisasi akan membantu dalam memahami organisasi dan kompetensi organisasi tersebut. Beberapa hubungan yang terjadi dalam organisasi sebagai berikut:

1. *Mentoring*

Seseorang yang lebih berpengalaman berperan sebagai mentor dalam membantu seseorang yang masih baru dalam jabatan yang sedang ia tempati. Oleh karena itu, mentoring biasanya merupakan hubungan yang terjadi secara *one on one*.

2. *Networking*

Networking lebih dari sekedar teknik yang digunakan untuk menjamin posisi dalam organisasi. Networking merupakan proses luas yang dilakukan untuk meminta bantuan orang lain dalam memecahkan masalah. Networking dapat juga terjadi apabila seseorang berbagi wawasan yang berkaitan dengan masalah yang dialami rekannya.

3. *Romance in the workplace*

Banyak pendapat mengenai relasi romantis yang terjadi dalam organisasi. Dilihat dari sisi positif, tempat kerja merupakan tempat yang efektif untuk menemukan pasangan. Bekerja di satu atap mempertemukan dua orang

yang memiliki kesamaan dalam bidang yang dikerjakan, menjalani pelatihan yang sama, ambisi yang sama. Hal tersebut bisa menjadi pertimbangan dalam mencari sebuah pasangan. Namun, banyak kasus di mana relasi romantis yang terjadi dalam sebuah organisasi menjadi penghambat dalam pekerjaan seseorang. Hal ini ditakutkan oleh pihak manajemen dikarenakan seorang karyawan bukan saja tidak dapat bekerja sebagai profesional namun juga dapat terjadi *sexual harassment*.

4. *Bullying*

Bullying yang terjadi dalam organisasi tidak jauh berbeda dengan bullying yang terjadi dalam sekolah pada umumnya. Tindakan bullying merupakan tindakan-tindakan kasar yang dilakukan secara terus-menerus oleh seorang karyawan atau sekelompok karyawan pada sesamanya yang lemah. Di sekolah, tindakan bullying umumnya dilakukan dengan fisik, namun dalam organisasi tindakan bullying dilakukan melalui verbal. Misalnya gosip antar karyawan, penghinaan, penyalahan seseorang menerus meskipun ia tidak salah, dan pengasingan. Bullying dalam organisasi terkadang menjadi kultur, khususnya pada karyawan yang baru saja mendapatkan pekerjaan di suatu organisasi. Karyawan baru ini rawan mendapat perlakuan yang tidak adil karena posisinya yang masih baru.

5. *Sexual harassment*

Sexual harassment terbagi menjadi dua yaitu *quid pro quo harassment* dan *hostile environment harassment*. Pertama, *quid pro quo harassment*. Dalam sebuah pekerjaan, seorang karyawan akan meningkatkan performanya agar mendapatkan promosi dalam organisasi. Hal ini dimanfaatkan oleh beberapa oknum sebagai kesempatan untuk melakukan pelecehan seksual. Seseorang dapat menawarkan pekerjaan yang diinginkan oleh seorang karyawan dengan imbalan karyawan tersebut diharuskan untuk melakukan pelayanan seksual kepada oknum tersebut. Kedua, *hostile environment harassment*. Pelecehan

seksual ini lebih luas apabila dibandingkan dengan *quid pro quo harassment*. *Hostile environment harassment* memasukkan segala jenis perlakuan seksual, termasuk membuat seorang karyawan tidak nyaman. Beberapa contoh yang termasuk ke dalam *hostile environment harassment* adalah memberikan lawakan seksual, dan menyentuh karyawan hingga membuat pihak tersebut tidak nyaman.

#### **11.2.4. Latihan**

Lakukan analisis komunikasi dalam organisasimu!

### **11.3. Penutup**

#### **11.3.1. Rangkuman**

Organisasi dapat diartikan sebagai sekumpulan orang yang terorganisir dan saling bekerja sama dalam rangka mencapai tujuan yang kompatibel. Apabila dilihat dari aspek fungsional, komunikasi dalam organisasi dilakukan sebagai cara untuk menafsirkan pesan di antara unit-unit dalam komunikasi yang merupakan bagian dari sebuah organisasi. Dari perspektif subjektif, komunikasi dalam organisasi dilakukan sebagai proses penciptaan makna atas interaksi di dalam organisasi, bagaimana orang yang terlibat dalam proses komunikasi berinteraksi dan memberikan makna. Dalam sebuah organisasi akan selalu ada hubungan interpersonal. Dengan memahami hubungan dalam organisasi akan membantu dalam memahami organisasi dan kompetensi organisasi tersebut.

#### **11.3.2. Tes Formatif**

1. Berikut ini BUKAN merupakan ciri organisasi adalah . . .
  - a. Terorganisir
  - b. Sekumpulan orang
  - c. Bekerja sama
  - d. Tujuan yang kompatibel
  - e. Spontanitas massa
2. Misalnya satu orang mungkin bekerja demi menafkahi keluarganya, tetapi seseorang lain mungkin bertujuan untuk belajar berbisnis. Terlepas dari spesifiknya motivasi, pekerjaan yang dilakukan orang-orang tersebut adalah tetap berkontribusi

pada tujuan dasar organisasi dimana ia berada. Hal ini merefleksikan ciri organisasi yaitu . . .

- a. Terorganisir
  - b. Sekumpulan orang
  - c. Bekerja sama
  - d. Tujuan yang kompatibel
  - e. Spontanitas massa
3. Komunikasi yang berisi informasi atau pesan dari manajer untuk para pegawai atau dari dekan untuk warga kampus merupakan contoh dari . . .
    - a. Upward communication
    - b. Downward communication
    - c. Lateral communication
    - d. Informal communication
    - e. Grapevine communication
  4. Relasi ini menggambarkan seseorang yang lebih berpengalaman membantu seseorang yang masih baru dalam jabatan yang ia tempati . . .
    - a. Mentoring
    - b. Networking
    - c. Bullying
    - d. Controlling
    - e. Transforming
  5. Proses luas yang dilakukan untuk meminta bantuan orang lain dalam memecahkan masalah atau dapat juga terjadi apabila seseorang menawarkan wawasan yang berkaitan dengan masalah yang ia alami disebut sebagai . . .
    - a. Mentoring
    - b. Networking
    - c. Bullying
    - d. Controlling
    - e. Transforming
  6. Apa yang dimaksud dengan organisasi?
  7. Apakah perbedaan antara komunikasi formal dan informal?
  8. Jelaskan urgensi mentoring di dalam sebuah organisasi!

### 11.3.3. Umpan Balik

Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar.

### 11.3.4. Tindak Lanjut

Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.

### 11.3.5. Kunci Jawaban

1. E
2. D
3. B
4. A
5. B
6. Organisasi dapat diartikan sebagai sekumpulan orang yang terorganisir dan saling bekerja sama dalam rangka mencapai tujuan yang kompatibel. Terlepas dari spesifiknya motivasi yang dimiliki setiap orang tersebut adalah tetap berkontribusi pada tujuan dasar organisasi di mana ia berada
7. Komunikasi formal salurannya ditentukan oleh struktur yang telah direncanakan dan dirancang oleh organisasi. Sedangkan komunikasi informal tidak direncanakan dan biasanya tidak mengikuti struktur formal organisasi, tetapi timbul dari interaksi sosial diantara anggota organisasi.
8. Di dalam hubungan mentoring, seseorang yang lebih berpengalaman berperan sebagai mentor dalam membantu seseorang yang masih baru dalam jabatan yang sedang ia tempati. Oleh karena itu, mentoring biasanya merupakan hubungan yang terjadi secara *one on one*. Sementara *networking* merupakan proses luas yang dilakukan untuk meminta bantuan orang lain dalam memecahkan masalah. *Networking* dapat juga terjadi apabila seseorang berbagi wawasan yang berkaitan dengan masalah yang dialami rekannya.

#### **11.4. Daftar Pustaka**

DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course*. Hoboken, NJ: Pearson Higher Education.

Pearson, J.D., Nelson, P.E., Titsworth, S., Hosek, A. M. (2017). *Human communication*. New York: Mc Graw Hill Education.

## KOMUNIKASI BUDAYA

### 12.1. Pendahuluan

#### 12.1.1. Deskripsi Singkat

Budaya merupakan gaya hidup dari sekelompok individu yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui komunikasi, bukan melalui gen dan dalam prosesnya dikenal dengan istilah enkulturasi. Melalui enkulturasi individu mengembangkan identitas etnis yang merupakan komitmen dari nilai dan kepercayaan budaya yang dianut. Budaya menjadi faktor yang cukup penting dalam proses komunikasi efektif dan tidak dapat dipisahkan begitu saja dari komunikasi. Pokok bahasan 12 membekali mahasiswa dengan urgensi budaya dalam komunikasi dan perbedaan budaya.

#### 12.1.2. Relevansi

Kajian dalam pokok bahasan 12 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab selanjutnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka bisa mempelajari pokok bahasan 13.

#### 12.1.3. Kompetensi

##### a. Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

##### b. Kompetensi Dasar

- Mahasiswa mampu menjelaskan urgensi budaya dalam komunikasi dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan perbedaan budaya dalam komunikasi dengan akurasi minimal 80%.

#### 12.1.4. Petunjuk Belajar

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah, presentasi mahasiswa, dan diskusi kelompok kecil.

## 12.2. Penyajian

### 12.2.1. Budaya dan Komunikasi

Penting untuk memahami pengaruh budaya terhadap komunikasi jika ingin mengerti cara kerja komunikasi dan menguasai keterampilannya. Komunikasi dapat mempengaruhi apa yang individu katakan pada diri sendiri dan cara individu berbicara dengan orang lain dalam kehidupan sehari – hari. Keberhasilan dalam komunikasi di kehidupan sosial akan bergantung pada kemampuan individu untuk berkomunikasi dengan orang lain yang berbeda budaya.

Penekanan pada kesadaran budaya tidak berarti individu harus menerima semua praktek budaya yang ada. Budaya yang ditekankan hanya karena hal tersebut penting bagi efektivitas komunikasi. Contohnya saja pada suku Mentawai yang memiliki tradisi untuk meruncingkan gigi sebagai tanda kecantikan. Hal ini tentu tidak dapat berlaku di budaya yang lain. Bahkan menurut DeVito (2018) individu dapat menolak nilai – nilai dan kepercayaan budaya yang dimiliki. Meskipun menentang tradisi dan budaya sendiri sangat sulit, tetapi perlu disadari bahwa budaya terkadang tidak menentukan nilai atau perilaku seseorang.

Budaya merupakan gaya hidup dari sekelompok individu yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui komunikasi, bukan melalui gen dan dalam prosesnya dikenal dengan istilah enkulturasi. Melalui enkulturasi, individu mengembangkan identitas etnis yang merupakan komitmen dari nilai dan kepercayaan budaya yang dianut.

Budaya menjadi faktor yang cukup penting dalam proses komunikasi efektif dan tidak dapat dipisahkan begitu saja dari komunikasi. Terdapat beberapa alasan yang menjelaskan bahwa pentingnya budaya dalam komunikasi, di antaranya yaitu (DeVito, 2018):

- a. Perubahan demografi (*Demographic changes*). Perubahan demografi merupakan perubahan penduduk yang terjadi secara

besar – besaran. Contohnya di Amerika Serikat yang awalnya dihuni oleh orang Eropa Utara, kini menjadi negara yang dipengaruhi oleh banyak budaya di dunia seperti dari Asia dan Afrika. Dengan adanya perubahan penduduk ini maka muncul kebiasaan dan kebutuhan yang berbeda serta adanya adaptasi dengan cara baru dalam berkomunikasi.

- b. Peningkatan kepekaan terhadap perbedaan budaya (*General sensitivity to cultural differences*). Sebagai manusia sudah seharusnya menjadi peka terhadap perbedaan budaya. Contohnya seperti masyarakat Amerika yang telah berpindah dari perspektif asimilasi (dimana individu harus meninggalkan budaya asli mereka dan beradaptasi dengan budaya baru) menuju ke perspektif yang menghargai keanekaragaman budaya (yang berpendapat bahwa individu harus mempertahankan budaya asli yang dimiliki). Dengan adanya pandangan untuk saling menghargai perbedaan budaya, maka akan mengembangkan masyarakat yang dapat hidup berdampingan dan saling memperkaya satu sama lain.
- c. Saling ketergantungan ekonomi (*economic interdependence*). Saat ini sebagian besar negara saling bergantung baik secara ekonomi maupun politik. Akibatnya kehidupan ekonomi dan politik sangat bergantung pada kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan negara lain, dalam hal ini kemampuan komunikasi lintas budaya. Oleh karena itu, kesadaran akan budaya dan kemampuan komunikasi antar budaya menjadi sangat penting untuk kelangsungan hidup suatu negara.
- d. Kemajuan teknologi komunikasi (*communication technology*). Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat cepat mampu memberikan individu bermacam informasi dari berbagai belahan dunia. Bahkan kejadian atau informasi terbaru yang sedang terjadi di seluruh dunia dapat dengan mudah diakses secara online melalui *smartphone*. Teknologi telah membuat komunikasi antar budaya menjadi lebih mudah, praktis, dan tak terhindarkan (DeVito, 2018). Contohnya saja seperti individu dapat saling terhubung dan dengan mudah

menjalin relasi dengan orang lain yang memiliki berbagai macam latar belakang budaya.

- e. Penekanan pada kesopanan (*emphasis on politeness*). Kesopanan mungkin universal di semua budaya. Artinya setiap budaya memiliki kesopanan tersendiri dan berbeda dalam mendefinisikan kesopanan tersebut. Setiap budaya juga memiliki aturan sendiri dalam mengekspresikan kesopanan dan ketidaksopanan. Contohnya dalam hal etika makan, jika pada beberapa negara menghabiskan makanan adalah bentuk apresiasi dan penghormatan kepada tuan rumah atau koki, justru hal ini dianggap tidak sopan di Cina. Pada budaya Cina, dengan menghabiskan seluruh makanan akan membuat tuan rumah merasa tidak mampu memberi cukup makanan, sehingga tamu setidaknya menyisakan sedikit makanan di atas piring. Contoh lainnya yaitu pada budaya Cina, Jepang, dan Korea akan membungkuk ketika menyambut atau memberi salam kepada orang lain, sedangkan budaya di beberapa negara Latin seperti Chili, Honduras dan Amerika Serikat akan menepuk lengan atau bahu ketika menyambut orang lain.
- f. Komunikasi bersifat spesifik pada budaya tertentu (*communication is culture specific*). Komunikasi bersifat khusus pada budaya tertentu, artinya apa yang terbukti efektif di suatu budaya mungkin tidak efektif di budaya lain. Sebagai contoh menurut Cho (dalam DeVito, 2018) disebutkan bahwa orang Asia cenderung menganut nilai bahwa daya saing tidak terlalu penting, tetapi lain halnya dengan budaya Barat yang mendukung adanya persaingan dan keterbukaan.

### **12.2.2. Perbedaan Budaya**

#### **1. Individualisme dan Kolektivisme**

Suatu budaya dapat dibedakan dari orientasinya apakah budaya tersebut individualistik atau kolektif. Budaya individualis mengajarkan anggota pentingnya nilai-nilai individu seperti kekuatan, prestasi, hedonisme, dan stimulasi. Contoh negara dengan budaya individualistik yaitu Amerika Serikat, Australia, dan Inggris. Budaya kolektif, di sisi lain, mengajarkan anggota pentingnya nilai-nilai kelompok seperti

kebajikan, tradisi, dan kesesuaian. Contoh negara dengan budaya kolektif yaitu Indonesia, Pakistan, Cina, dan Kolombia.

Salah satu perbedaan utama antara kedua orientasi ini adalah sejauh mana tujuan individu atau tujuan kelompok dianggap lebih penting. Tentu saja, tujuan-tujuan ini tidak saling eksklusif — setiap orang mungkin memiliki kecenderungan individualis dan kolektivis pada saat-saat tertentu. Dalam budaya individualis, anggota bertanggung jawab atas diri mereka sendiri dan mungkin keluarga dekat mereka. Dalam budaya kolektivis, anggota bertanggung jawab atas seluruh kelompok.

Sukses, dalam budaya individualis, diukur dengan sejauh mana seseorang melampaui anggota lain dari dalam kelompok. Seseorang bangga berdiri keluar dari keramaian kelompok. Model yang menjadi inspirasinya adalah tokoh yang unik dan menonjol. Dalam budaya kolektif, kesuksesan diukur dengan kontribusi seseorang terhadap pencapaian kelompok secara keseluruhan. Seseorang bangga dengan kesamaan dengan anggota lain dari kelompok. Tokoh inspiratifnya lebih cenderung menjadi anggota kelompok yang tidak menonjol dari anggota kelompok lainnya. Perbedaan antara anggota dalam kelompok dan anggota luar kelompok sangat penting dalam budaya kolektivis. Dalam budaya individualistis, yang menghargai individualitas masing-masing orang, perbedaan mungkin menjadi kurang penting.

Masyarakat Indonesia lebih dominan pada orientasi kolektivis, sehingga akan berbeda cara berkomunikasi dengan masyarakat Inggris yang lebih dominan pada orientasi individualis. Orang Inggris mengedepankan nilai-nilai individual dalam berkomunikasi, bertanggung jawab atas diri sendiri dan orang terdekat baginya. Berbeda dengan Indonesia yang mengedepankan nilai kebersamaan kelompok, nilai moral, dan nilai kebajikan yang ditanamkan orang tua atau keluarga kepada anak. Nilai-nilai tersebut cenderung dibawa terus hingga generasi penerus. Dari segi tanggung jawab juga orang Inggris lebih bertanggung jawab terhadap kebutuhan

individu masing-masing, sedangkan orang Indonesia cenderung memikirkan satu sama lain, kepentingan bersama, musyawarah mufakat, dan pembagian peran dalam kelompok.

## 2. Jarak Kekuasaan

Dalam beberapa budaya, kekuasaan terkonsentrasi di tangan segelintir orang. Terdapat perbedaan yang besar antara kekuasaan yang dipegang oleh kelompok tertentu dan kekuasaan warga negara biasa. Ini disebut budaya jarak kekuasaan tinggi. Negara yang memiliki jarak kekuasaan tinggi misalnya Malaysia, Slovakia, dan Guatemala. Negara dengan jarak kekuasaan yang rendah kekuasaan antara lain Austria, Israel, dan Denmark. Perbedaan ini mempengaruhi cara berkomunikasi. Misalnya, dalam budaya dengan jarak kekuasaan tinggi ada jarak kekuatan yang besar antara guru dan siswa. Siswa diharapkan menjadi sopan, sopan, dan penuh hormat. Dalam budaya jarak rendah siswa diharapkan untuk menunjukkan pengetahuan mereka tentang materi pelajaran, berpartisipasi dalam diskusi dengan guru, dan bahkan berargumentasi yang berbeda dengan guru.

Hubungan pertemanan dan pacaran juga akan dipengaruhi oleh jarak kekuasaan antar kelompok (Andersen dalam DeVito, 2018). Di sebagian besar India, misalnya, hubungan semacam itu diharapkan terjadi dalam kelas budaya yang sama. Di Swedia, seseorang diharapkan memilih teman dan pasangan romantis bukan atas dasar kelas atau budaya, tetapi atas dasar faktor individu seperti kepribadian, penampilan, suka, dan tidak suka, misalnya.

Dalam budaya jarak kekuasaan rendah Anda diharapkan untuk menghadapi teman, mitra, atau supervisor secara tegas. Dalam budaya ini perasaan umum tentang persamaan yang konsisten dengan perilaku asertif (Borden dalam DeVito, 2018). Dalam budaya jarak kekuasaan tinggi, konfrontasi langsung dan ketegasan dapat dipandang negatif, terutama jika diarahkan pada atasan.

## 3. Maskulin Feminin

Menurut Hofstede dkk. (dalam DeVito, 2018), klasifikasi budaya yang populer adalah dalam hal maskulinitas

dan feminitasnya. Ketika menunjukkan orientasi budaya, istilah maskulin dan feminin ini tidak boleh ditafsirkan sebagai stereotip namun sebagai hal yang mencerminkan beberapa asumsi umum yang dipegang oleh banyaknya orang di dunia. Beberapa ahli teori antar budaya mencatat istilah yang setara dengan maskulinitas dan feminitas ini adalah pencapaian dan pengasuhan.

Budaya dengan maskulinitas yang tinggi itu menghargai agresivitas, kesuksesan materi, dan kekuatan. Budaya dengan feminitas yang tinggi itu menghargai kesopanan, perhatian pada hubungan dan kualitas hidup, serta kelembutan. 10 negara dengan skor tertinggi maskulinitas (dimulai dari yang tertinggi) Jepang, Austria, Venezuela, Italia, Swiss Meksiko, Irlandia, Jamaika, Inggris Raya, dan Jerman. 10 negara dengan skor feminitas tertinggi adalah (dimulai dari yang tertinggi) Swedia, Norwegia, Belanda, Denmark, Kosta Rika, Yugoslavia, Finlandia, Chili, Portugal, dan Thailand. Dari peringkat 53 negara, Amerika Serikat peringkat 15 terbanyak maskulin (Hofstede, dkk. dalam DeVito, 2018).

Budaya maskulin menekankan pada kesuksesan dan bersosialisasi, anggotanya harus tegas, ambisius, dan kompetitif. Misalnya, anggota budaya maskulin lebih mungkin untuk menghadapi konflik secara langsung dan melawan perbedaan apapun secara kompetitif, mereka cenderung lebih menekankan konflik strategi yang memungkinkan mereka untuk menang dan memastikan bahwa yang lain kalah (strategi menang-kalah). Budaya feminin menekankan pada kualitas hidup dan bersosialisasi. Anggota dari budaya feminin ini lebih mengedepankan hubungan interpersonal yang erat. Anggota dari budaya feminin cenderung lebih memanfaatkan kompromi dan negosiasi dalam menyelesaikan konflik yang ada. Mereka cenderung lebih mencari solusi dimana kedua belah pihak menang (strategi menang-menang).

Demikian pula, organisasi dapat dipandang sebagai maskulinitas atau feminitas. Organisasi maskulin menekankan daya saing dan agresivitas. Mereka menghargai pekerjanya

berdasarkan kontribusi mereka kepada organisasi. Organisasi feminin kurang kompetitif dan kurang agresif. Mereka menekankan pada kepuasan dan penghargaan pekerja-pekerjanya atas dasar kebutuhan pekerja-pekerjanya.

#### 4. Ketidakpastian

Tingkat toleransi ambiguitas sangat bervariasi antar budaya. Dalam beberapa budaya, sedikit orang melakukan sesuatu untuk menghindari ketidakpastian. Mereka memiliki sedikit kecemasan tentang apa yang mereka tidak ketahui selanjutnya. Namun, di beberapa budaya lainnya, ketidakpastian itu sangat kuat untuk dihindari dan ada banyaknya kecemasan tentang ketidakpastian.

##### a. Budaya dengan toleransi ambiguitas tinggi

Anggota budaya dengan toleransi ambiguitas yang tinggi tidak merasa terancam oleh situasi yang tidak diketahuinya. Orang menganggap bahwa ketidakpastian adalah bagian dari kehidupan yang normal, sehingga menerima dengan apa adanya. 10 negara dengan toleransi tertinggi untuk ambiguitas adalah Singapura, Jamaika, Denmark, Swedia, Hong Kong, Irlandia, Inggris Raya, Malaysia, India, dan Filipina.

Masyarakat dengan toleransi ambiguitas tinggi merasa nyaman dengan ambiguitas dan ketidakpastian. Mereka meminimalkan pentingnya aturan yang mengatur bagaimana berkomunikasi dan berelasi (DeVito, 2018). Masyarakat dalam budaya ini dengan mudah mentolerir individu yang tidak mengikuti aturan yang sama dengan mayoritas budaya dan bahkan mungkin mendorong pendekatan dan perspektif yang berbeda.

Siswa dari budaya yang toleransi ambiguitasnya tinggi menghargai kebebasan dalam pendidikan dan lebih memilih tugas yang tidak jelas tanpa jadwal tertentu. Para siswa ini ingin diberi penghargaan atas kreativitasnya dan siap menerima kekurangan dari instruktur pengetahuan.

##### b. Budaya dengan toleransi ambiguitas rendah

Anggota budaya dengan toleransi ambiguitas rendah melakukan banyak hal untuk menghindari ketidakpastian

dan kecemasan akan ketidaktauhan tentang apa yang akan terjadi selanjutnya. Mereka melihat ketidakpastian sebagai ancaman dan sebagai sesuatu yang harus dilawan. 10 negara dengan toleransi ambiguitas terendah adalah Yunani, Portugal, Guatemala, Uruguay, Belgia, Malta, Rusia, El Salvador, Polandia, dan Jepang (Hofstede, dkk. dalam DeVito, 2018).

Budaya dengan toleransi ambiguitas rendah menciptakan aturan yang sangat jelas untuk komunikasi. Misalnya, siswa dari budaya ini lebih menyukai pengalaman yang sangat terstruktur dengan sedikit ambiguitas, mereka lebih memilih tujuan tertentu, petunjuk rinci, dan jadwal yang pasti. Para siswa ini berharap untuk dinilai berdasarkan jawaban yang benar dan berharap instruktur memiliki semua jawaban sepanjang waktu (Hofstede, dkk. dalam DeVito, 2018).

#### 5. Orientasi

Hal menarik lain dari perbedaan budaya terletak pada orientasi jangka panjang dan jangka pendek. Beberapa budaya mengajarkan orientasi jangka panjang yang mengutamakan keuntungan di masa depan. Misalnya, menabung untuk mempersiapkan diri menghadapi masa depan (Hofstede, dkk., dalam DeVito, 2018). Negara yang memiliki orientasi jangka panjang diantaranya adalah Korea Selatan, Taiwan, Jepang, Cina, Ukraina, Jerman, Estonia, Belgia, Lituania, dan Rusia. Dalam budaya yang memiliki orientasi jangka panjang, pernikahan adalah pengaturan praktis, bukan berdasarkan gairah seksual atau emosional gairah. Hidup dengan keluarga besar (misalnya, mertua) merupakan hal yang umum dan dianggap cukup normal. Anggota budaya ini percaya bahwa ibu harus ada di rumah untuk anak-anak mereka. Kesederhanaan adalah sebuah kebajikan baik dari laki-laki maupun perempuan. Masa tua merupakan saat-saat yang membahagiakan.

Budaya yang mengembangkan orientasi jangka pendek antara lain Puerto Rico, Ghana, Mesir, Trinidad, Nigeria, Republik Dominika, Kolombia, Iran, Maroko, dan

Zimbabwe. Masyarakat di negara ini lebih mengutamakan ke masa lalu dan masa kini. Dari pada menabung untuk masa depan, anggota budaya ini menghabiskan sumber daya mereka untuk saat ini dan menginginkan hasil yang cepat dari usaha mereka. Budaya-budaya ini percaya bahwa pernikahan adalah tatanan moral. Anak-anak tidak harus diasuh oleh sang ibu. Dengan kata lain, orang lain dapat melakukan pengasuhan itu. Kesederhanaan adalah kebajikan hanya untuk wanita (bukan pria) dan usia tua adalah saat-saat yang tidak menyenangkan dalam hidup.

Bahkan dalam pandangan pendidikan terdapat perbedaan yang signifikan. Siswa dalam budaya jangka panjang akan mengaitkan sukses atau tidaknya mereka di sekolah merupakan usaha mereka masing-masing selama menjadi siswa. Sementara dalam budaya jangka pendek akan menghubungkan sukses atau tidaknya mereka merupakan sebuah keberuntungan atau kesempatan.

Terdapat juga perbedaan pandangan tentang tempat kerja atau organisasi. Organisasi dalam budaya yang berorientasi jangka panjang akan selalu mencari keuntungan di masa depan. Manajer dan pekerja dalam budaya seperti itu berbagi nilai yang sama dan bekerja sama untuk mencapai keuntungan bersama. Namun organisasi dalam budaya yang berorientasi jangka pendek akan meminta imbalan secara langsung. Dalam hal pekerjaan, manajer dan pekerja sangat berbeda dalam berpikir dan bersikap mereka tentang pekerjaan.

Perspektif lain tentang perbedaan ini ditawarkan oleh studi *mainstream* yang menyatakan Asia sebagai budaya jangka panjang dan Amerika sebagai budaya jangka pendek. Terdapat enam perbedaan dalam perspektif ini. Nilai yang dianut oleh negara-negara Asia (budaya dengan orientasi jangka panjang) adalah kerja keras, peduli terhadap pembelajaran, kejujuran, terbuka terhadap pandangan baru, bertanggung jawab, dan percaya diri. Sementara nilai yang dianut oleh di bagian Amerika (budaya dengan orientasi jangka pendek) adalah kebebasan berekspresi, kebebasan pribadi,

percaya diri, hak individu, kerja keras, dan capaian pribadi (Hofstede, dkk; dalam DeVito, 2018).

Negara Indonesia, mendapatkan nilai yang cukup tinggi, yakni 62. Hal ini menunjukkan bahwa negara Indonesia memiliki budaya yang pragmatis. Masyarakat Indonesia mayoritas percaya bahwa kebenaran itu sangat bergantung dengan situasi, konteks dan waktu. Selain itu, masyarakat Indonesia juga menunjukkan kemampuan dalam beradaptasi terhadap tradisi atau adat dengan mudah meskipun kondisi yang ada cenderung berubah. Mereka juga memiliki kecenderungan yang kuat untuk melakukan investasi dan menabung, berhemat dan tekun dalam mencapai hasil yang diharapkan.

Jika dibandingkan dengan negara Jerman, Indonesia memang masih kalah jauh pada dimensi orientasi jangka panjang, dimana Jerman mendapatkan nilai 83. Hal tersebut menunjukkan bahwa Jerman memiliki budaya yang sangat pragmatis. Berbeda halnya jika dibandingkan dengan negara tetangga, yakni Malaysia. Malaysia mendapatkan nilai 43. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara Indonesia dengan Malaysia yang mana Indonesia masih mendapat nilai jauh lebih tinggi dibandingkan dengan Malaysia. Masyarakat Indonesia masih ada keinginan untuk hidup pragmatis dengan memprioritaskan hidup untuk masa depan dibandingkan dengan Malaysia.

#### 6. Kontrol

Budaya juga berbeda dalam penekanannya pada kemandirian atau pengekanan (Hofstede dkk., dalam DeVito, 2018). Budaya dengan tingkat kemandirian yang tinggi adalah mereka yang menekankan kepuasan pada keinginan. Mereka fokus untuk bersenang-senang dan menikmati kehidupan. Misalnya, negara Venezuela, Meksiko, Puerto Riko, El Salvador, Nigeria, Kolombia, Trinidad, Swedia, Selandia Baru, dan Ghana adalah 10 negara teratas yang menduduki peringkat kemandirian tertinggi. Budaya yang memiliki tingkat kemandirian yang tinggi akan lebih banyak orang bahagia. Hal ini bergantung pada dua faktor utama:

- a. Kontrol kehidupan. Ini adalah perasaan bahwa seseorang dapat melakukan apa yang ia inginkan (setidaknya sampai tingkat yang signifikan). Seseorang memiliki kebebasan untuk memilih melakukan atau tidak melakukan apa yang dia inginkan.
- b. Kenyamanan. Ini adalah perasaan bahwa seseorang memiliki waktu senggang untuk melakukan apa yang dia anggap menyenangkan.

Selain itu, anggota budaya yang menegakan kemandirian memiliki lebih banyak sikap positif dan optimisme yang lebih besar dan lebih mudah untuk mengingat emosi positif. Mereka juga punya lebih banyak kehidupan keluarga yang memuaskan dan peran gender yang longgar (misalnya, tugas rumah tangga dibagi oleh kedua pasangan).

Budaya yang terkendali ada pada negara Pakistan, Mesir, Latvia, Ukraina, Albania, Belarusia, Lithuania, Bulgaria, Estonia, dan Irak. Budaya ini mendorong pembatasan kesenangan tersebut dan pentingnya pengaturan dengan norma sosial. Budaya pengendalian membuat orang merasa tidak memiliki kesenangan. Mereka menganggap dirinya kurang bisa mengontrol kehidupan mereka sendiri. Mereka sedikit waktu luang untuk terlibat dalam aktivitas pribadi yang menyenangkan. Berbeda dengan budaya memanjakan, anggota budaya yang terkendali lebih sinis, lebih pesimis, dan cenderung tidak mengingat emosi positif. Mereka memiliki kehidupan keluarga yang kurang memuaskan, peran gender yang kaku, dan pembagian tugas rumah tangga yang tidak merata.

Budaya memanjakan kurang atensi pada nilai penghematan karena berdalih siap mengeluarkan uang untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Di sisi lain, budaya yang terkendali cenderung mampu untuk melakukan penghematan yang dapat diprediksi. Budaya yang memanjakan sangat mementingkan persahabatan dan memiliki banyak teman sedangkan budaya yang terkendali kurang mementingkan persahabatan. Meski tidak terdapat tidak ada penelitian yang menawarkan bukti, kemungkinan besar halaman Facebook

dengan anggota budaya yang memanjakan akan memiliki lebih banyak teman dari pada anggota budaya yang terkendali (DeVito, 2018).

### **12.2.3. Latihan**

Buatlah analisis tentang budaya tempat kamu tinggal!

## **12.3. Penutup**

### **12.3.1. Rangkuman**

Penting untuk memahami pengaruh budaya terhadap komunikasi jika ingin mengerti cara kerja komunikasi dan menguasai keterampilannya. Komunikasi dapat mempengaruhi apa yang individu katakan pada diri sendiri dan cara individu berbicara dengan orang lain dalam kehidupan sehari – hari. Keberhasilan dalam komunikasi di kehidupan sosial akan bergantung pada kemampuan individu untuk berkomunikasi dengan orang lain yang berbeda budaya. Perbedaan budaya dapat dilihat dari berbagai aspek antara lain individualisme-kolektivisme, jarak kekuasaan, maskulin-feminin, kepastian - ketidakpastian, orientasi jangka panjang-pendek, dan kontrol pengekanan.

### **12.3.2. Tes Formatif**

1. Negara ini lebih menonjol budaya kolektivisnya daripada budaya individualisnya . . .
  - a. Amerika Serikat
  - b. Australia
  - c. Inggris
  - d. Belanda
  - e. Kolombia
2. Indonesia paling kuat pada dimensi . . .
  - a. Individuality vs colectivism
  - b. Power distance
  - c. Indulgence vs Restraint
  - d. Masculinity vs Femininity
  - e. Tolerance of uncertainty
3. Dimensi yang pebedaannya paling kecil di Indonesia . . .
  - a. Individuality vs collectivism
  - b. Power distance

- c. Indulgence vs Restraint
  - d. Masculinity vs Femininity
  - e. Tolerance of uncertainty
4. Indonesia memiliki budaya yang pragmatis. Masyarakat Indonesia mayoritas percaya bahwa kebenaran itu sangat bergantung dengan situasi, konteks dan waktu. Selain itu, masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa . . .
    - a. Kolektivisme tinggi
    - b. Jarak kekuasaan tinggi
    - c. Femininitas tinggi
    - d. Orientasi jangka panjang tinggi
    - e. Toleransi ketidakpastian tinggi
  5. Indonesia memiliki budaya yang tinggi dalam menghargai kesopanan, perhatian pada hubungan dan kualitas hidup, serta kelembutan. Hal ini menunjukkan bahwa . . .
    - a. Kolektivisme tinggi
    - b. Jarak kekuasaan tinggi
    - c. Femininitas tinggi
    - d. Orientasi jangka panjang tinggi
    - e. Toleransi ketidakpastian tinggi
  6. Budaya ini tidak merasa terancam oleh situasi yang tidak diketahuinya . . .
    - a. Kolektivisme tinggi
    - b. Jarak kekuasaan tinggi
    - c. Femininitas tinggi
    - d. Orientasi jangka panjang tinggi
    - e. Toleransi ketidakpastian tinggi
  7. Siswa dalam budaya ini akan mengaitkan sukses atau tidaknya mereka di sekolah merupakan usaha mereka masing-masing selama menjadi siswa . . .
    - a. Kolektivisme tinggi
    - b. Jarak kekuasaan tinggi
    - c. Femininitas tinggi
    - d. Orientasi jangka panjang tinggi
    - e. Toleransi ketidakpastian tinggi
  8. Jelaskan urgensi memahami budaya dalam komunikasi!
  9. Jelaskan aspek individualism dan kolektivisme dalam budaya!

### 12.3.3. Umpan Balik

Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar.

### 12.3.4. Tindak Lanjut

Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.

### 12.3.5. Kunci Jawaban

1. E
2. B
3. E
4. D
5. C
6. E
7. D
8. Penting untuk memahami pengaruh budaya terhadap komunikasi jika ingin mengerti cara kerja komunikasi dan menguasai keterampilannya. Komunikasi dapat mempengaruhi apa yang individu katakan pada diri sendiri dan cara individu berbicara dengan orang lain dalam kehidupan sehari – hari. Keberhasilan dalam komunikasi di kehidupan sosial akan bergantung pada kemampuan individu untuk berkomunikasi dengan orang lain yang berbeda budaya.
9. Suatu budaya dapat dibedakan dari orientasinya apakah budaya tersebut individualistik atau kolektif. Budaya individualis mengajarkan anggota pentingnya nilai-nilai individu seperti kekuatan, prestasi, hedonisme, dan stimulasi. Contoh negara dengan budaya individualistik yaitu Amerika Serikat, Australia, dan Inggris. Budaya kolektivistis, di sisi lain, mengajarkan anggota pentingnya nilai-nilai kelompok seperti kebajikan, tradisi, dan kesesuaian. Contoh negara dengan budaya kolektif yaitu Indonesia, Pakistan, Cina, dan Kolombia.

#### **12.4. Daftar Pustaka**

DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course*. Hoboken, NJ: Pearson Higher Education.

Pearson, J.D., Nelson, P.E., Titsworth, S., Hosek, A. M. (2017). *Human communication*. New York: Mc Graw Hill Education.

# 13

## KOMUNIKASI PUBLIK

### 13.1. Pendahuluan

#### 13.1.1. Deskripsi Singkat

Dalam komunikasi publik dibutuhkan adanya komunikasi yang persuasif, di antaranya adalah keterampilan membangun ethos patos dan logos. Pokok bahasan 13 membekali mahasiswa dengan bahasan mengenai komponen komunikasi publik dan riset-riset terkini.

#### 13.1.2. Relevansi

Kajian dalam pokok bahasan 13 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab selanjutnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka bisa mempelajari pokok bahasan 14.

#### 13.1.3. Kompetensi

##### a. Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

##### b. Kompetensi Dasar

- Mahasiswa mampu menjelaskan komponen komunikasi publik dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menjelaskan riset-riset terkini komunikasi publik dengan akurasi minimal 80%.

#### 13.1.4. Petunjuk Belajar

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah, presentasi mahasiswa, dan diskusi kelompok kecil.

## **13.2. Penyajian**

### **13.2.1. Komponen dalam Komunikasi Publik**

Pembicara yang melakukan komunikasi publik seperti berpidato, tidak akan lepas dari tindakan membujuk (persuasi). Adapun menurut DeVito (2016) terdapat tiga aspek persuasi yaitu *logos*, *pathos*, dan *ethos*. *Logos* adalah keberhasilan pembicara dalam melakukan persuasi yang dipengaruhi argumen logis yang sudah dirangkai oleh pembicara. Jika pesan tersebut dinilai penerimanya logis atau masuk akal, maka pesan yang disampaikan akan diterima dengan baik ketika terdapat informasi dan fakta yang jelas. *Pathos* adalah keberhasilan pembicara melakukan persuasi yang ditentukan dari argumen pembicara mampu mengenali kebutuhan dan keinginan para penerima pesan. Pesan yang disampaikan dengan daya tarik emosional yang kuat cenderung akan menggerakkan orang untuk mengubah sikap serta perilakunya. *Ethos* adalah tingkat kepercayaan penerima pesan kepada pembicara. Hal ini dikarenakan penerima pesan melihat pembicara adalah orang yang kompeten, berkarakter, berkarisma, dan penuh pengetahuan. Sehingga pembicara pun akan lebih mudah mengubah/mempengaruhi sikap dan perilaku mereka. Ketiga hal ini harus ada dalam melakukan komunikasi publik sehingga mampu mempersuasi atau memberi pesan pada orang atau kelompok dengan efektif.

### **13.2.2. Hal-Hal Penting dalam Komunikasi Publik**

Keterampilan berbicara di depan umum perlu diasah guna untuk meningkatkan kompetensi pribadi dan sosial, akademik dan keterampilan karir, dan kemampuan komunikasi umum. Kadang kita mengalami rasa khawatir ketika berbicara di depan umum. Kekhawatiran dalam berbicara di depan umum adalah hal yang wajar. Kekhawatiran dapat dikelola dengan persiapan yang baik. DeVito (2018) menjelaskan bahwa ada sepuluh hal yang perlu dipersiapkan dalam komunikasi publik.

*Pertama*, memilih topik, menentukan tujuan, dan tesis. Topik pidato harus berhubungan dengan isu-isu penting yang menarik minat penonton. Subjek dan tujuan pidato juga harus dibatasi ruang lingkungannya. Tesis merupakan ide sentral yang kita

ingin audiens mengingatnya. *Kedua*, menganalisis karakteristik audiens. Identifikasi karakteristik sosiologis dan psikologis audiens perlu untuk dilakukan oleh komunikator. Dalam menganalisis audiens, penting untuk mempertimbangkan sikap, keyakinan, dan nilai yang dimiliki audiens. Hal yang lain yang bisa menjadi bahan pertimbangan adalah usia, jenis kelamin, faktor budaya, agama dan kereligiusan audiens. Pertimbangan ini urgen dilakukan untuk memastikan kesediaan audiens untuk mendengar dan memperhatikan apa yang ingin kita sampaikan.

*Ketiga*, meneliti topik dari berbagai sumber. Kita perlu meneliti topik dimulai dengan sumber umum dan secara bertahap mengeksplorasi sumber-sumber yang lebih spesifik dan khusus. Sumber informasi yang dapat dimanfaatkan antara lain hasil wawancara, artikel ilmiah, publikasi populer, karya referensi, media berita, bahan biografi, publikasi pemerintah, database elektronik, dan banyak lagi. Dalam konteks komunikasi publik yang ilmiah, hindari plagiarisme dengan menyebutkan sumbernya dengan jelas dari setiap kata atau ide. Penting untuk melakukan evaluasi secara kritis hasil penelitian dari berbagai sumber tadi dengan mempertanyakan apakah penelitian tersebut terkini, adil dan tidak bias, serta akurat.

*Keempat*, merumuskan tesis dan mengidentifikasi poin utama. Penting bagi komunikator publik untuk mengumpulkan berbagai bahan yang mendukung tesis dan poin utama. Bahan pendukung yang sesuai meliputi contoh, narasi, analogi, definisi, kesaksian, statistik, dan serta kutipan-kutipan penting. Sebagai alat bantu komunikasi, bisa juga disiapkan foto, video, atau materi power point. Alat bantu presentasi membantu komunikator dalam menambah kejelasan pesan yang disampaikan kepada audiens.

*Kelima*, mengembangkan poin utama dari berbagai sumber yang sudah dibaca pada tahap ketiga. *Keenam*, menyusun materi pidato. Komunikator harus bisa menyusun bahan-bahan pidato menjadi pola pikir yang jelas dan mudah dikenali. Pengorganisasian yang dapat menggunakan prinsip temporal, spasial, topikal, masalah-solusi, sebab-akibat/akibat-penyebab, perbandingan dan kontras, pro-dan-kontra dan lain sebagainya.

*Ketujuh*, menyusun pendahuluan dan kesimpulan. Pendahuluan harus mampu menarik perhatian audiens dan membangun keterkaitan antara komunikator-audiens-topik karena bagaimanapun jika komunikasi publik memiliki kepentingan untuk mempersuasi. Perlu dipersiapkan juga kesimpulan yang mampu merangkum ide-ide utama, memberikan motivasi akhir, dan memberikan penutup yang berkesan.

*Kedelapan*, memastikan gaya pidato yang akan digunakan. Dibandingkan dengan gaya tulisan, gaya lisan mengandung kata-kata yang lebih pendek, lebih sederhana, dan lebih familiar. Gaya berbicara di depan umum yang efektif harus jelas, sesuai dengan level pengetahuan audiens, dan akrab. *Kesembilan*, melakukan latihan. Pastikan melakukan latihan untuk mengatur waktu, volume, kecepatan, dan jeda dalam berpidato. Penting juga untuk mempersiapkan pesan nonverbal, seperti ekspresi wajah dan gerakan tubuh.

*Kesepuluh*, melakukan pidato di depan publik. Berpidato yang efektif adalah yang mampu melahirkan kesan natural, memperkuat pesan, dan memiliki kualitas dalam artikulasi. Kita dapat menggunakan jeda yang tidak terisi untuk menandakan transisi antarabagian utama dari pidato, untuk memberikan waktu kepada audiens untuk berpikir dan memungkinkan audiens untuk merenungkan pertanyaan retorik. Sekali lagi, penting untuk memastikan gerakan tubuh dan kontak mata tertuju secara penuh kepada audiens. Manfaatkan dengan baik kesempatan tanya-jawab jika memang disediakan. Sebagai upaya menghargai audiens, ucapan terima kasih wajib disampaikan oleh komunikator.

### **13.2.3. Riset-riset Terkini**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ting dkk. (2020) tentang penerapan *logos*, *pathos*, dan *ethos* dalam persuasi pesan mengenai bahaya kanker di Malaysia. Hasil penelitiannya menemukan bahwa prinsip *logos* paling banyak dipakai (96.73%) dibandingkan dengan *pathos* dan *ethos* meskipun ketiganya penting untuk dilibatkan dalam melakukan persuasi. Pesan berbentuk pamflet ini dianggap terlalu banyak bergantung pada *logos* yang berisi informasi gejala, faktor risiko, informasi promosi,

penanganan kanker, tindakan pencegahan. Tapi kita tahu pesan publik bukan hanya *logos* sendiri tapi juga mengandung *pathos* dan *ethos* yang bisa lebih di manfaatkan agar komunikasi bisa lebih tersalurkan dengan baik.

Dalam jurnal yang ditulis oleh Stucki dan Sager (2018) dijelaskan tentang penggunaan Aristoteles tersebut dalam analisisnya pada *policy frames* di Swiss. Ethos dapat ditemukan pada argument politik, logos dapat merujuk pada simbol budaya, dan pathos untuk membangun daya tarik emosional. Penelitian tersebut berfokus pada penggunaan logos yang dikaitkan dengan ethos dan pathos dalam kebijakan politik. Dalam kaitannya dengan ethos, pemerintah Swiss entah mengapa dalam menanggapi sebuah aturan tentang larangan merokok, tidak menunjukkan bukti yang kuat dan justru menyatakan bahwa ratusan orang meninggal akibat *passive smoking*. Sedangkan dalam kaitannya dengan pathos, pemerintah Swiss menerapkan cara agar *smoking bans* diterapkan di restoran dan sekali lagi tanpa bukti dan menyatakan bahwa dengan menerapkan larangan merokok, pemilik restoran akan menghemat biaya pembersihan dan bahkan biaya perawatan ventilasi. Demikian dilakukan pemerintah agar dapat membujuk dan meyakinkan masyarakat agar rokok dilarang.

### **13.2.3. Latihan**

Amatilah seorang tokoh nasional! Jelaskan bagaimana tokoh tersebut memberikan persuasi!

## **13.3. Penutup**

### **13.3.1. Rangkuman**

Dalam komunikasi publik terdapat tiga aspek persuasi yaitu *logos*, *pathos*, dan *ethos*. *Logos* adalah keberhasilan pembicara dalam melakukan persuasi yang dipengaruhi argumen logis yang sudah dirangkai oleh pembicara. *Pathos* adalah keberhasilan pembicara melakukan persuasi yang ditentukan dari argumen pembicara mampu mengenai kebutuhan, dan keinginan para penerima pesan. *Ethos* adalah tingkat kepercayaan penerima pesan kepada pembicara.

### **13.3.2. Tes Formatif**

1. Keberhasilan pembicara dalam melakukan persuasi yang dipengaruhi argumen logis yang sudah dirangkai oleh pembicara. Artinya komunikasi publik menekankan pada aspek . . .
  - a. Logos
  - b. Pathos
  - c. Ethos
  - d. Conation
  - e. Behaviour
2. Keberhasilan pembicara melakukan persuasi yang ditentukan dari argumen pembicara mampu mengenai kebutuhan, dan keinginan para penerima pesan. Artinya komunikasi publik menekankan pada aspek . . .
  - a. Logos
  - b. Pathos
  - c. Ethos
  - d. Conation
  - e. Behaviour
3. Pembicara yang dapat mempersuasi lazimnya orang yang kompeten, berkarakter, berkarisma, dan penuh pengetahuan. Artinya komunikasi publik menekankan pada aspek . . .
  - a. Logos
  - b. Pathos
  - c. Ethos
  - d. Conation
  - e. Behaviour
4. Ting dkk. (2020) tentang penerapan *logos*, *pathos*, dan *ethos* dalam persuasi pesan mengenai bahaya kanker di Malaysia menemukan bahwa aspek paling kuat dalam mempengaruhi orang lain adalah . . .
  - a. Logos
  - b. Pathos
  - c. Ethos
  - d. Conation
  - e. Behaviour
5. Jelaskan apa yang dimaksud logos dan pathos!

6. Jelaskan apa urgensi menganalisis karakteristik audiens dalam komunikasi publik!

#### 13.3.3. Umpan Balik

Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar.

#### 13.3.4. Tindak Lanjut

Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.

#### 13.3.5. Kunci Jawaban

1. A
2. B
3. C
4. A
5. *Logos* adalah keberhasilan pembicara dalam melakukan persuasi yang dipengaruhi argumen logis yang sudah dirangkai oleh pembicara. Jika pesan tersebut di nilai penerimanya logis atau masuk akal, maka pesan yang disampaikan akan diterima dengan baik ketika terdapat informasi, dan fakta yang jelas. Sementara *pathos* adalah keberhasilan pembicara melakukan persuasi yang ditentukan dari argumen pembicara mampu mengenai kebutuhan, dan keinginan para penerima pesan. Pesan yang disampaikan dengan daya tarik emosional yang kuat cenderung akan menggerakkan orang untuk mengubah sikap serta perilakunya.
6. Komunikator komunikasi publik perlu menganalisis karakteristik audiens. Identifikasi karakteristik sosiologis dan psikologis audiens perlu untuk dilakukan oleh komunikator. Dalam menganalisis audiens, penting untuk mempertimbangkan sikap, keyakinan, dan nilai yang dimiliki audiens. Hal yang lain yang bisa menjadi bahan pertimbangan adalah usia, jenis kelamin, faktor budaya, agama dan kereligiusan audiens. Pertimbangan ini urgen dilakukan untuk memastikan kesediaan audiens untuk mendengar dan memperhatikan apa yang ingin kita sampaikan.

#### 13.4. Daftar Pustaka

- DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course*. Hoboken, NJ: Pearson Higher Education.
- Stucki, I., Sager, F. (2018). Aristotelian framing: logos, ethos, pathos and the use of evidence in policy frames. *Policy Sci* **51**, 373–385.
- Ting, S.-H., Ungau, M., & Jerome, C. (2020). Use of logos, pathos, ethos for persuasion in cancer pamphlets. *The Internet Journal Language, Culture and Society*, (49), 13–25.

## ISU-ISU DALAM KOMUNIKASI

### 14.1. Pendahuluan

#### 14.1.1. Deskripsi Singkat

Mahasiswa telah mengkaji banyak hal tentang komunikasi mulai dari intrapersonal, kelompok, budaya, hingga publik. Pokok bahasan 14 membekali mahasiswa dengan isu-isu komunikasi yaitu kompetisi dan kooperasi serta penindasan.

#### 14.1.2. Relevansi

Kajian dalam pokok bahasan 14 mata kuliah Psikologi komunikasi mempunyai relevansi yang sangat erat dengan materi pada bab-bab sebelumnya. Setelah memiliki standar kompetensi yang diharapkan, maka diharapkan mahasiswa dapat memahami individu dengan kompleks karena selalu berelasi dengan sosialnya.

#### 14.1.3. Kompetensi

##### a. Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis hubungan antar manusia dengan lingkungan sosialnya.

##### b. Kompetensi Dasar

- Mahasiswa mampu menggunakan psikologi komunikasi dalam isu kompetisi dan kooperasi dengan akurasi minimal 80%.
- Mahasiswa mampu menggunakan psikologi komunikasi dalam isu penindasan dengan akurasi minimal 80%.

#### 14.1.4. Petunjuk Belajar

Metode belajar yang digunakan dalam pokok bahasan ini adalah ceramah, presentasi mahasiswa, dan diskusi kelompok kecil.

## 14.2. Penyajian

### 14.2.1. Isu Kompetisi dan Kooperasi

Dalam memahami isu komunikasi berupa kompetisi dan kooperasi kita perlu mendasarkan pada dua hal. Dasar yang pertama berkaitan dengan tipe interdependensi pada tujuan yang dimiliki orang-orang yang terlibat. Dasar yang kedua berkaitan dengan jenis tindakan yang diambil oleh orang-orang yang terlibat. Coleman dan Deutsch (2015) memberikan penjabaran mengenai kedua ide dasar dalam teorinya, yaitu:

1. Tipe dasar dalam interdependensi pada tujuan yang dimiliki
  - a. Interdependensi positif, di mana tujuan dihubungkan sedemikian rupa sehingga jumlah atau probabilitas pencapaian tujuan seseorang berkorelasi positif dengan jumlah atau probabilitas orang lain mendapatkan tujuannya
  - b. Interdependensi negatif, di mana tujuan dihubungkan sedemikian rupa sehingga jumlah atau probabilitas pencapaian tujuan berkorelasi negatif dengan jumlah atau probabilitas pencapaian tujuan orang lain

Sederhananya, individu yang memiliki interdependensi (saling ketergantungan) secara positif dengan orang lain akan sama-sama jatuh dan bangkit dalam mencapai tujuan masing-masing. Sedangkan individu yang memiliki interdependensi (saling ketergantungan) negatif dengan orang lain, apabila individu yang satu bangkit, individu yang lainnya terjatuh, begitu sebaliknya.

2. Tipe dasar berdasarkan jenis tindakan yang ambil
  - a. Tindakan efektif yang meningkatkan peluang seseorang untuk mendapatkan tujuan.
  - b. Tindakan ceroboh yang memperburuk peluang seseorang untuk mencapai tujuan.

Coleman dan Deutsch (2015) menggunakan dikotomi untuk konsep dasarnya, baik untuk tipe interdependensi dan jenis tindakan. Sehingga, kedua tipe tadi diasumsikan sebagai ujung kutub dari suatu kontinum. Mereka kemudian menggabungkan kedua jenis ide dasar tadi untuk menentukan bagaimana mereka bersama-sama mempengaruhi tiga proses psikologis sosial dasar yang akan dibahas nanti dalam bab ini: substitusi, sikap (*cathexis*),

dan *inducibility*. Tiga konsep substitusi, sikap, dan *inducibility* sangat penting untuk memahami proses sosial dan psikologis yang terlibat dalam menciptakan efek utama kooperasi dan kompetisi (Coleman & Deutsch, 2015) :

- a. Substitusi adalah bagaimana tindakan seseorang dapat membantu untuk memuaskan niat orang lain. Substitusi adalah pusat dari berfungsinya semua lembaga sosial (keluarga, industri, sekolah), pembagian kerja, dan spesialisasi peran. Substitusi memungkinkan individu menerima aktivitas individu lain dalam memenuhi kebutuhan. Substitusi negatif melibatkan penolakan aktif dan upaya untuk melawan efek dari aktivitas individu lain.
- b. Sikap (*cathexis*) mengacu pada kecenderungan untuk menanggapi secara evaluatif, entah evaluasi baik atau buruk terhadap aspek lingkungan atau diri seseorang. Kecenderungan bawaan untuk bertindak positif ke arah yang menguntungkan dan bertindak negatif ke arah yang merugikan adalah fondasi di mana potensi manusia untuk kerjasama dan kompetisi berkembang. Orientasi psikologis dasar dari kerjasama menyiratkan sikap positif bahwa "kita untuk satu sama lain" atau "kita saling menguntungkan". Orientasi psikologis dasar dari kompetisi menyiratkan sikap negatif bahwa "kita melawan satu sama lain".
- c. *Inducibility* mengacu pada kesiapan untuk menerima pengaruh orang lain untuk melakukan apa yang dia inginkan. *Inducibility* negatif mengacu pada kesiapan untuk menolak atau menghalangi pemenuhan keinginan orang lain. *Inducibility* positif Individu bersedia membantu individu lain yang tindakannya membantu, kecuali jika yang tindakannya berbahaya. Individu cenderung menolak permintaan apa pun untuk membantu pihak lain yang terlibat dalam tindakan berbahaya dan, jika mungkin, menghalangi atau mengganggu tindakan ini jika terjadi.

Teori kooperasi dan kompetisi memprediksi bahwa jika seorang individu berada dalam hubungan interdependensi secara positif dengan seseorang yang bertindak ceroboh, tindakan tersebut bukan menjadi substitusi dari tindakan efektif yang

diinginkan. Sehingga, tindakan ceroboh ini dapat dipandang negatif. Tetapi jika hubungan yang terjadi adalah interdependensi negatif, dan pihak “lawan” melakukan tindakan ceroboh, tindakan itu menjadi substitusi tindakan yang efektif di pihak lainnya dan akan dilihat sebagai hal positif. Kebalikannya berlaku untuk tindakan efektif. Tindakan efektif pihak “lawan” tidak dapat menjadi substitusi tindakan efektif individu lawannya dan dinilai secara negatif; seorang rekan tim dapat membujuk rekannya untuk membantunya melakukan tindakan yang efektif, dan pada saat yang sama mencoba mencegah atau menghalangi tindakan ceroboh rekan satu tim. Di sisi lain, satu tim ini akan berusaha membuat lawan melakukan tindakan ceroboh, tetapi lawan Anda tidak mungkin membujuk Anda untuk membantunya melakukan tindakan yang efektif (yang, akibatnya, merusak peluang Anda untuk mendapatkan tujuan Anda).

Teori kerjasama dan kompetisi kemudian membuat prediksi lebih lanjut tentang aspek yang berbeda dari proses intrapersonal, interpersonal, intragroup, dan intergroup berdasarkan prediksi tentang substitusi, sikap, dan inducibility. Sehingga, dengan asumsi bahwa individu dalam kelompok jauh lebih sering menunjukkan tindakan efektif dibandingkan tindakan ceroboh, hubungan kooperatif (di mana tujuan dari pihak-pihak yang terlibat secara dominan saling interdependen secara positif), lebih banyak menunjukkan karakteristik positif dibandingkan dengan hubungan kompetitif, seperti:

1. Komunikasi yang efektif. Ide-ide diucapkan, dan anggota kelompok memperhatikan satu sama lain, menerima gagasan anggota lain dan dipengaruhi olehnya. Mereka memiliki lebih sedikit kesulitan dalam berkomunikasi atau memahami orang lain.
2. Keramahmatan, sifat membantu, kepercayaan, dan mengurangi hambatan ditunjukkan selama berdiskusi. Anggota juga lebih puas dengan grup dan solusinya dan terkesan dengan kontribusi dari anggota grup lainnya.
3. Koordinasi usaha, pembagian kerja, orientasi pencapaian tugas, ketertiban diskusi, dan produktivitas tinggi diwujudkan dalam kelompok kooperatif (bila tugas kelompok memerlukan

komunikasi yang efektif, koordinasi usaha, pembagian kerja, atau berbagi sumber daya).

4. Individu merasa adanya kesamaan dengan ide orang lain dan keyakinan serta nilai sesama anggota kelompok. Kelompok kooperatif mendorong keyakinan pada ide masing-masing anggotanya dan nilai yang dikaitkan anggota lain kepada ide tersebut.
5. Mengakui dan menghormati orang lain dengan menanggapi kebutuhan orang lain.
6. Kesiediaan untuk memperkuat kemampuan orang lain (misalnya, pengetahuan, keterampilan, sumber daya, dan sebagainya) untuk mencapai tujuan anggota lain di dalam kelompok yang sama.
7. Mendefinisikan konflik kepentingan sebagai masalah bersama yang harus diselesaikan secara kolaboratif.

Sebaliknya, hubungan kompetitif memiliki efek sebaliknya:

1. Komunikasi terganggu karena pihak yang berkonflik berusaha untuk mendapatkan keuntungan dengan menyesatkan pihak lain melalui penggunaan janji palsu dan disinformasi. Anggota kelompok tidak dapat mempercayai komunikasi satu sama lain sebagai komunikasi yang jujur atau informatif.
2. Persepsi yang antar anggota cenderung berfokus pada kualitas negatif orang tersebut dan mengabaikan yang kualitas positifnya.
3. Para pihak dalam proses tidak dapat membagi pekerjaan mereka. Jika mereka membagi pekerjaan, mereka merasa perlu untuk terus memeriksa apa yang dilakukan orang lain.
4. Pengalaman ketidaksepakatan yang berulang-ulang dan penolakan kritis terhadap ide-ide mengurangi kepercayaan pada diri sendiri dan orang lain.
5. Pihak yang berkonflik berusaha meningkatkan kekuatan yang dimiliki dan mengurangi kekuatan yang lain. Setiap peningkatan kekuatan yang dilakukan orang lain dipandang sebagai ancaman bagi diri sendiri.
6. Proses persaingan mendorong pandangan bahwa penyelesaian suatu konflik hanya dapat dilakukan oleh satu pihak dalam suatu konflik, yang mengarah pada penggunaan taktik-taktik koersif seperti ancaman dan kekerasan psikologis dan fisik.

### 14.2.2. Isu Penindasan

Penindasan adalah pengalaman ketidakadilan yang diulang. Misalnya dalam perbudakan, hak untuk memilih atau kekerasan. Deutsch dan Coleman (2015) menggunakan istilah “penindasan beradab” untuk menjadikan proses yang khas dalam penindasan sehari-hari di kehidupan normal. Penindasan beradab hadir dalam norma, kebiasaan, dan simbol, dalam pemahaman yang mendasari lembaga dan aturan, dan kolektif konsekuensi dari mengikuti aturan-aturan tersebut. Tentu ini mengacu pada ketidakadilan yang luas dan mendalam bagi beberapa kelompok yang mengalami penderitaan sebagai konsekuensi dari asumsi dan reaksi yang sering tidak sadar orang-orang yang bermaksud baik dalam interaksi biasa yang didukung oleh media dan stereotip budaya serta dengan karakteristik struktural tahapan birokrasi dan sistem pasar.

Penindasan struktural tidak dapat dilenyapkan dengan mengasingkan para penguasa atau dengan menciptakan undang-undang baru, dikarenakan penindasan secara sistematis dibuat ulang dalam lembaga ekonomi, politik, dan budaya utama. Ketika hak istimewa tertentu adalah penerima manfaat dari penindasan kelompok lain, dan dengan demikian memiliki kepentingan dalam kelanjutan status quo, mereka biasanya tidak mengerti diri mereka sendiri untuk menjadi agen penindasan.

#### *Jenis Penindasan*

Terdapat lima jenis ketidakadilan yang terlibat dalam penindasan : *Distributive injustice, procedural injustice, retributive injustice, moral exclusion, dan cultural imperialism* (Deutsch dan Coleman, 2015).

#### *Pertama, Distributive injustice (Ketidakadilan distribusi)*

Terdapat empat tipe dari *distributive injustice* yaitu: *consumption capital, investment, skill dan social capital*.

1. *Consumption Capital*. Dapat dikatakan sebagai “standar hidup”. Ini dapat dilihat dari pendapatan serta pekerjaan, keamanan keuangan (jumlah) dan jenis makanan. Tidak hanya itu saja, perumahan, pakaian, perawatan kesehatan, pendidikan,

mobilitas fisik (perjalanan), rekreasi dan layanan yang tersedia dalam anggota kelompok. Tentu, terdapat perbedaan pendapatan dan standar hidup baik itu kelompok, etnis yang berbeda-beda dalam suatu bangsa, dan antara jenis kelamin. Misalnya karyawan general motors dengan para eksekutifnya, Afrika-Amerika dengan Euro-Amerika. Contoh dalam buku Sen/Dreze 1999 yang berjudul India (Pembangunan Ekonomi dan Peluang Sosial) menyatakan bahwa perempuan pada umumnya cenderung lebih mendapatkan kehidupan yang lebih buruk dalam segala hal dibandingkan laki-laki bahkan dalam satu keluarga yang sama. Selain dilihat dari pendidikan dan untuk mengembangkan bakat mereka ternyata dalam bidang gizi, kesehatan dan kelangsungan hidup mereka mendapatkan perlakuan yang tidak adil. Ada lebih dari seratus juta perempuan hilang akibat menderitanya mereka karena ketidaksetaraan dibandingkan dengan laki-laki. Dapat disimpulkan bahwa kelangsungan hidup perempuan dibandingkan laki-laki jauh lebih rendah.

2. *Investment Capital*. Dapat disebut dengan modal investasi. Pendapatan yang termasuk dalam kaitannya dengan modal konsumsi, kekayaan terkait dengan modal investasi. Umumnya, kekayaan didistribusikan lebih namun tidak sama dengan pendapatan. Ketidaksetaraan ini juga terjadi pada bangsa-bangsa, di dalam bangsa-bangsa, di antara kelompok etnis, antara kelas sosial, antara yang mengalami gangguan fisik dan yang tidak ada gejala, dan antara jenis kelamin yang cenderung jauh lebih besar sehubungan dengan investasi daripada modal konsumsi. Ini terjadi pada tahun 1998, dimana Amerika Serikat 10% teratas populasi memiliki 68,7% dari aset keuangan, sementara 90% terbawah memiliki hanya 31,3% .
3. *Skill Capital*. Dapat dikatakan modal keterampilan. Modal keterampilan adalah pengetahuan khusus, baik itu keterampilan sosial dan kerja serta berbagai bentuk kecerdasan dan pernyataan (sertifikat) yang dikembangkan sebagai hasil dari pendidikan, pelatihan dan pengalaman dalam keluarga, komunitas, dan pengaturan kerja seseorang. Sumber modal keterampilan yang paling penting dalam masyarakat saat ini

terletak di universitas elit (terbaik) yang memberikan kredensial (sertifikat) untuk kelas istimewa. Misalnya, orang-orang dalam profesi berpenghasilan tinggi dan menghasilkan kekayaan akan berusaha untuk melindungi nilai pasar tidak hanya untuk diri mereka sendiri, tetapi juga untuk anak-anak mereka, yang akan memasukkan anaknya pada bidang yang sama. Hal ini terbukti bahwa mereka dalam kelompok-kelompok non-istimewa dalam banyak masyarakat akan memiliki lebih sedikit kesempatan untuk memasuki universitas elit dan untuk memperoleh keterampilan dan kredensial yang akan memiliki nilai pasar yang tinggi.

4. *Social Capital*. Social capital dinyatakan sebagai jaringan ikatan sosial (keluarga, sahabat, teman, tetangga, dll) yang mampu memberikan informasi dan akses ke pekerjaan dan sarana untuk memperoleh bentuk-bentuk lainnya serta dukungan keuangan. Ini adalah termasuk hubungan-hubungan seseorang yang memiliki atau tidak harus kekuatan organisasi, kemampuan, dan peluang. Modal sosial yang dapat diperoleh dan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keluarga seseorang, kelas sosial, keanggotaan dalam kelompok etnis, agama atau ras, atau perempuan jauh lebih terbatas daripada kemampuan kelompok dominan. Kepribadian juga terlibat, seseorang bisa mengharapkan bahwa individu yang ambisius, mudah bergaul, cerdas dan secara pribadi menarik akan memperoleh lebih banyak modal sosial daripada mereka yang tidak memiliki semua itu. Setiap jenis sistem dari masyarakat hingga dalam sebuah keluarga mendistribusikan manfaat, biaya, dan bahaya. Seseorang dapat memeriksa bentuk modal (konsumsi, investasi, keterampilan, sosial) dan manfaat seperti pendapatan, pendidikan, perawatan kesehatan, perlindungan polisi, perumahan, dan persediaan air, dan bahaya seperti kecelakaan, pemerkosaan, serangan fisik, pemenjaraan, kematian, dan gigitan tikus, dan lihat bagaimana mereka didistribusikan di antara kategori orang-orang: kaya versus miskin, laki-laki versus perempuan, majikan versus karyawan, Kulit Putih versus Kulit Hitam, heteroseksual versus homoseksual, petugas polisi versus guru, orang dewasa versus anak-anak. Pemeriksaan

tersebut mengungkapkan kesenjangan kotor dalam distribusi satu atau lain manfaat atau bahaya yang diterima oleh kategori orang yang terlibat. Dengan demikian, orang kulit hitam umumnya menerima lebih sedikit manfaat dan lebih banyak bahaya daripada orang kulit putih di Amerika Serikat. Di sebagian besar dunia, anak-anak perempuan lebih kecil kemungkinannya daripada anak-anak laki-laki untuk menerima pendidikan sebanyak atau mewarisi properti orang tua, dan mereka lebih mungkin menderita pelecehan seksual.

*Kedua, Procedural Injustice (Ketidakadilan Prosedural)*

Individu menilai keadilan prosedur yang menentukan hasilnya. Hasil penelitian membuktikan bahwa perlakuan dan prosedur yang adil adalah sebagai kekhawatiran yang lebih luas bagi sebagian besar orang daripada hasil yang adil. Prosedur yang adil secara psikologis itu penting karena mereka mendorong asumsi bahwa mereka menimbulkan hasil yang adil di masa kini dan juga akan di masa depan. Dalam beberapa situasi, dimana tidak jelas apa "hasil yang adil" harus, prosedur yang adil adalah jaminan terbaik bahwa keputusan tentang hasil dibuat secara adil. Penelitian menunjukkan bahwa seseorang kurang cenderung merasa berkomitmen untuk pemerintah, organisasi, kebijakan sosial, dan peraturan dan peraturan pemerintah jika prosedur yang terkait di dalamnya dianggap tidak adil. Juga, orang merasa menegaskan jika prosedur yang mereka dikenakan memperlakukan mereka dengan hormat dan martabat yang mereka rasakan adalah hak mereka; jika demikian diobati, lebih mudah bagi mereka untuk menerima hasil yang mengecewakan.

Pertanyaan yang berkaitan dengan keadilan prosedur dapat muncul dengan berbagai cara. Membiarkan kita pertimbangkan, misalnya, evaluasi kinerja guru di sekolah. Beberapa pertanyaan segera muncul dalam pikiran: Siapa yang memiliki 'suara' atau representasi dalam menentukan apakah evaluasi tersebut diperlukan? Bagaimana evaluasi yang harus dilakukan? Siapa yang memimpin mereka? Apa yang harus dievaluasi? Jenis informasi apa Dikumpulkan? Bagaimana keakuratan dan validitasnya dipastikan? Bagaimana konsistensinya dan keandalan ditentukan? Metode apa

yang mencegah ketidakmampuan atau bias dalam mengumpulkan dan memproses informasi yang digunakan? Siapa yang membentuk kelompok yang mengatur evaluasi, menarik kesimpulan, membuat rekomendasi, dan membuat Keputusan? Peran apa yang dilakukan guru, administrator, orang tua, siswa, dan di luar para ahli memiliki dalam prosedur? Bagaimana etika, perhatian, dan martabat proses yang dilindungi?

Implisit dalam pertanyaan-pertanyaan ini adalah beberapa nilai-nilai yang berkaitan dengan keadilan prosedural. Seseorang menginginkan prosedur yang menghasilkan informasi dan keputusan yang relevan, tidak bias, akurat, konsisten, andal, kompeten, dan valid serta sopan, bermartabat, dan perilaku hormat dalam melaksanakan prosedur. Juga, suara dan representasi dalam proses dan keputusan yang berkaitan dengan evaluasi dipertimbangkan diinginkan oleh mereka yang secara langsung dipengaruhi oleh keputusan. Akibatnya, prosedur yang adil menghasilkan informasi yang baik untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan, suara dalam proses bagi mereka yang terkena dampak, dan perhatian pengobatan sebagai prosedur yang sedang dilaksanakan.

Seseorang dapat menyelidiki sistem untuk menentukan apakah ia menawarkan prosedur yang adil untuk semua. Apakah semua kategori orang yang diperlakukan dengan sopan, bermartabat, dan dihormati oleh hakim, polisi, guru, administrator, pengusaha, bankir, politisi dan lain-lain di Otoritas? Apakah beberapa tetapi tidak orang lain diperbolehkan untuk memiliki suara dan representasi, sebagai serta informasi yang memadai, dalam proses dan keputusan yang mempengaruhi mereka?

Jelas bahwa orang-orang dan kelompok-kelompok dengan lebih banyak modal lebih mungkin untuk memiliki akses ke pemimpin politik dan diperlakukan dengan lebih hormat oleh polisi, hakim, dan tokoh otoritas lainnya daripada mereka yang memiliki modal lebih sedikit. Juga, kemampuan mereka untuk memiliki 'suara' dalam hal-hal yang mempengaruhi mereka jauh lebih besar.

### *Ketiga, Retributive Injustice (Ketidakadilan Retributif)*

Ketidakadilan retributive merupakan hal yang berkaitan dengan perilaku seseorang terutama pada mereka yang memiliki otoritas dalam menanggapi pelanggaran atau moral. Perbedaan dari kejahatan yang dilakukan oleh orang-orang tertentu yang tidak dianggap sebagai tindak kejahatan. Hal ini juga dijadikan perbandingan perlakuan terhadap tindak pidana kulit hitam dan kulit putih, orang kulit hitam menerima perlakuan yang lebih buruk.

### *Keempat, Moral Exclusion (Penyingkiran Moral)*

Penyingkiran moral merupakan tentang berhak dan tidak berhak seseorang atas hasil yang adil dan perlakuan yang adil melalui penyertaan dalam komunitas seseorang. Albert Schweitzer memasukkan semua orang dalam komunitas moral dan beberapa penganut Buddha mencakup semua alam.

Individu dan kelompok yang berada di luar batas yang menerapkan pertimbangan keadilan dapat diperlakukan dengan cara yang dianggap tidak bermoral jika orang yang ada di dalam kelompok tersebut diperlakukan demikian. Sebelum pecahnya Yugoslavia, orang Serbia, Muslim, dan Kroasia di Bosnia kurang lebih merupakan bagian dari komunitas moral dan memperlakukan satu sama lain dengan beberapa derajat kesopanan. Setelah dimulainya perselisihan sipil (dipimpin oleh pemimpin politik yang haus kekuasaan), fitnah terhadap kelompok etnis menjadi alat politik, dan itu menyebabkan orang lain tidak masuk ke dalam komunitas moral. Hal tersebut menyebabkan berbagai suku bangsa melakukan kekejaman satu sama lain, hal ini juga terjadi dengan Hutu dan Tutsi di Rwanda dan Burundi.

Dalam sejarah masyarakat, kelompok dan individu telah diperlakukan tidak manusiawi oleh satu sama lain seperti budak oleh tuannya, penduduk asli oleh penjaja, kulit hitam dan kulit putih, yahudi oleh nazi, wanita oleh pria, anak-anak oleh orang dewasa, penyandang cacat fisik oleh mereka yang tidak mengalami cacat fisik, homoseksual oleh heteroseksual, pembangkang politik oleh otoritas politik, dan satu kelompok etnis atau agama yang lain. Bentuk-bentuk yang lebih kecil dari pengecualian moral juga dapat terjadi pada semua orang, bagi masyarakat mereka memiliki

hambatan untuk berpartisipasi dalam politik, ekonomi, dan kehidupan sosial. Akibat yang ada bukan hanya perampasan materi, namun juga perlakuan tidak terhormat,.

#### *Kelima, Cultural Imperialism (Imperialisme Budaya)*

Imperialisme budaya melibatkan universalisasi pengalaman dan budaya kelompok dominan dan menetapkan sebagai norma. Mereka yang hidup di bawah imperialisme budaya merasa ditentukan oleh orang lain yang dominan. Akibatnya perbedaan wanita dan pria, Indian Amerika dan Afrika dari Eropa, Yahudi dan Kristen, direkonstruksi sebagai penyimpangan dan inferioritas. Perempuan, Afrika, Yahudi, Muslim, homoseksual harus berinteraksi dengan kelompok dominan yang budayanya terutama memberikan gambaran stereotip tentang mereka sering di bawah tekanan untuk menyesuaikan diri dan menginternalisasi citra kelompok dominan dari kelompok mereka.

Kelompok yang didominasi budaya sering mengalami diri mereka memiliki identitas ganda. Di masa kanak-kanak, pria dewasa Afrika-Amerika sering disebut “anak laki-laki” oleh anggota kelompok kulit putih yang dominan, mereka mungkin pendeta dan orang yang dihormati. Kelompok subordinasi budaya seringkali mampu mempertahankan budayanya dari kelompok dominan dan memiliki banyak interaksi dari kelompoknya sendiri.

### **14.2.3. Latihan**

Diskusikan dengan temanmu tentang isu-isu komunikasi yang ada di Indonesia!

## **14.3. Penutup**

### **14.3.1. Rangkuman**

Isu dalam komunikasi salah satunya adalah kerjasama dan kompetisi kemudian membuat prediksi lebih lanjut tentang aspek yang berbeda dari proses intrapersonal, interpersonal, intragroup, dan intergroup berdasarkan prediksi tentang substitusi, sikap, dan inducibility. Terdapat lima jenis ketidakadilan yang terlibat dalam penindasan : *Distributive injustice, procedural injustice, retributive injustice, moral exclusion, dan cultural imperialism.*

### 14.3.2. Tes Formatif

1. Tiga konsep sangat penting untuk memahami proses sosial dan psikologis yang terlibat dalam menciptakan efek utama kooperasi dan kompetisi adalah . . .
  - a. substitusi, sikap, dan *inducibility*
  - b. persepsi, sikap, dan *inducibility*
  - c. substitusi, atribusi, dan *inducibility*
  - d. persepsi, atribusi, dan *inducibility*
  - e. preferensi, sikap, dan *inducibility*
2. Berikut ini BUKAN merupakan ciri dinamika dalam kooperasi . . .
  - a. Komunikasi yang efektif
  - b. Keramahamahan
  - c. Pembagian kerja
  - d. Menghormati orang lain
  - e. Ketidaksepakatan berulang
3. Kejahatan yang dilakukan oleh orang-orang X yang tidak dianggap sebagai tindak kejahatan, sementara ketika dilakukan oleh orang-orang Y dianggap sebagai kejahatan. Hal ini menunjukkan . . .
  - a. *distributive injustice*
  - b. *procedural injustice*
  - c. *retributive injustice*
  - d. *moral exclusion*
  - e. *cultural imperialism*
4. Berhak dan tidak berhak seseorang atas hasil yang adil dan perlakuan yang adil melalui penyertaan dalam komunitas seseorang merupakan isu penindasan berupa . . .
  - a. *distributive injustice*
  - b. *procedural injustice*
  - c. *retributive injustice*
  - d. *moral exclusion*
  - e. *cultural imperialism*
5. Apa yang dimaksud dengan interdependensi positif dan negatif dalam kompetisi dan kooperasi?
6. Jelaskan ketidakadilan retributive!

### 14.3.3. Umpan Balik

Mahasiswa berhasil menguasai materi ini jika mampu menjawab semua pertanyaan, minimal 80% benar.

#### 14.3.4. Tindak Lanjut

Mahasiswa yang sudah menguasai materi dapat melanjutkan pada materi selanjutnya. Mahasiswa yang belum menguasai, diminta untuk mengulang kembali materi ini.

#### 14.3.5. Kunci Jawaban

1. A
2. E
3. C
4. D
5. Interdependensi positif, di mana tujuan dihubungkan sedemikian rupa sehingga jumlah atau probabilitas pencapaian tujuan seseorang berkorelasi positif dengan jumlah atau probabilitas orang lain mendapatkan tujuannya. Interdependensi negatif, di mana tujuan dihubungkan sedemikian rupa sehingga jumlah atau probabilitas pencapaian tujuan berkorelasi negatif dengan jumlah atau probabilitas pencapaian tujuan orang lain
6. Ketidakadilan retributive merupakan hal yang berkaitan dengan perilaku seseorang terutama pada mereka yang memiliki otoritas dalam menanggapi pelanggaran atau moral. Perbedaan dari kejahatan yang dilakukan oleh orang-orang tertentu yang tidak dianggap sebagai tindak kejahatan. Hal ini juga dijadikan perbandingan perlakuan terhadap tindak pidana kulit hitam dan kulit putih, orang kulit hitam menerima perlakuan yang lebih buruk.

#### 14.4. Daftar Pustaka

Coleman, P.T. & Deutsch, M. (2015). *Morton Deutsch: A pioneer in developing peace psychology*. New York, NY: Springer.



## BIODATA PENULIS



**Muhammad Zulfa Alfaruqy, S.Psi., M.A.** adalah dosen Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana Psikologi dari Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro (2014) dan Magister Psikologi peminatan Psikologi Sosial dari Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada (2016), yang seluruhnya berhasil memperoleh predikat *Cumlaude Terbaik*. Setelah menyelesaikan pendidikan tersebut, penulis bekerja sebagai dosen IAIN Surakarta (2017) sebelum mendedikasikan diri di almamater tercintanya, Universitas Diponegoro (2018–sekarang). Penulis kelahiran 23 Februari 1992 ini mempunyai kegemaran mempublikasikan kajiannya dalam berbagai artikel opini publik, buku, book chapter, jurnal, dan prosiding. Karya yang dikontribusikan dalam beberapa buku, antara lain: Psikologi Relasi Sosial (2018), Pemberdayaan Keluarga, dalam Perspektif Psikologi (2018), Psikologi Forensik (2019), Bercerita Jawa, Sehimpun Perayaan untuk Darmanto Jatman (2019), Buku Ajar Psikologi Kuliah Kerja Nyata (2019), Psikologi Nasionalisme Teori dan Riset (2020), serta Dinamika Keluarga dan Komunitas dalam Menyambut Society 5.0. (2020), dan Teori Psikologi Sosial Kelompok dan Antarkelompok (2020). Tema riset penulis ialah tentang relasi sosial dan perilaku politik. Korespondensi: [zulfa.alfaruqy@gmail.com](mailto:zulfa.alfaruqy@gmail.com).

