

Psikologi Komunikasi

Nairatul Anisah, Syindi Putri Padillah, Pahmi Barus, Refli Sepriandito, Muhammad Rusdi, Raja Batar Hasibuan, Winda Kustiawan

Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara
Jl. Williem Iskandar Psr. V Percut Sei Tuan
Medan, Indonesia
Email: pahmibarus114@gmail.com

ABSTRACT

This journal explains the meaning or understanding of psychology and communication as well as the understanding of the psychology of communication, the scope of communication psychology, the benefits of using communication psychology, how communication skills, deciphering the order of successful communication explain the communication process and provide confidence in communicating in an Islamic perspective. The analysis is carried out qualitatively using the perspective of the psychology of communication. The communication process occurs when humans interact in communication activities so as to realize communication motives. The communication process greatly affects the behavior of communication, in the form of conformity, facilities and polarization of communication. In Islam it self has taught us how to convey information and communicate well, between peers and people older than us.

Keywords: *psychology, communication, Islam.*

ABSTRAK

Jurnal ini menjelaskan makna atau pengertian dari psikologi dan komunikasi serta pengertian dari psikologikomunikasi, ruang lingkup psikologi komunikasi, manfaat penggunaan psikologi komunikasi, bagaimana keterampilan komunikasi, menguraikan urutan sukses berkomunikasi menjelaskan proses komunikasi serta memberikan kepercayaan berkomunikasi dalam perspektif Islam. Analisis dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan perspektif psikologi komunikasi. Proses komunikasi terjadi mana kala manusia berinteraksi dalam aktivitas komunikasi sehingga mewujudkan motif komunikasi. Proses komunikasi sangat mempengaruhi perilaku komunikasi, dalam bentuk konformitas, fasilitas dan polarisasi komunikasi. Dalam Islam sendiri telah memberikan pengajaran bagi kita bagaimana menyampaikan informasi serta berkomunikasi dengan baik, antara sebaya dengan orang yang lebih tua dari kita.

Kata kunci: *psikologi, komunikasi, Islam.*

PENDAHULUAN

Psikologi komunikasi merupakan salah satu cabang dari dua ilmu pengetahuan penting, yaitu ilmu psikologi dan ilmu komunikasi. Psikologi merupakan ilmu yang telah berkembang lama, sedangkan

komunikasi merupakan cabang ilmu yang relatif baru berkembang. Salah satu cabang ilmu psikologi yang membahas bagaimana manusia berinteraksi dengan manusia lainnya disebut dengan psikologi sosial. Psikologi sosial diambil alih menjadi salah satu cabang ilmu komunikasi dengan nama psikologi komunikasi.

Mempelajari psikologi komunikasi sangat membantu kita dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Topik-topik yang menjadi perhatian cabang ilmu ini sangat bermanfaat dalam kehidupan kita sehari-hari, seperti: bagaimana manusia berpikir dan bagaimana pikiran kita bekerja, bagaimana membujuk orang, apa yang membuat kita seperti saat ini.

Manusia makhluk sosial yang tentu saja membutuhkan komunikasi dengan sesamanya. Dan tidak ada manusia yang tidak pernah melakukan komunikasi, karena setiap hari kita selalu berinteraksi baik secara langsung maupun tidak langsung. Hanya saja setiap manusia memiliki kemampuan yang berbeda dalam menyampaikan pesan kepada orang lain. Maka dari itu keterlibatan psikologi dalam komunikasi tidak bisa diabaikan. Karena psikologi merupakan salah satu keilmuan yang mempelajari berbagai macam kondisi manusia, seperti; perilaku, pikiran dan mental. Selain itu dalam psikologi komunikasi ini terdiri atas 4 pendekatan, yaitu;

1. Penerimaan informasi menggunakan panca indera
2. Pemrosesan informasi dan respon
3. Prediksi respon
4. Penetapan respon.

Oleh karena itu, saat ini psikologi komunikasi merupakan proses yang sangat penting dalam kehidupan bersosial. Pendekatan ini membantu seluruh komponen komunikasi dapat berproses dengan lancar.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian jurnal ini metode yang digunakan adalah metode yang bersifat diskriptif kualitatif yang dimana metode di jurnal ini di ambil melalui data data dan sumber yang berasal dari buku yang bersifat teori serta berasal dari empiris peneliti. Sumber tersebut berasal dari buku yang berupa google (google scholar) maupun dari materi buku yang telah di bukukan.

PEMBAHASAN

A. Pengertian Psikologi Komunikasi

Komunikasi sangat esensial untuk pertumbuhan terhadap pertumbuhan kepribadian manusia. Kurangnya komunikasi akan menghambat pertumbuhan kepribadian seorang manusia. Antropolog yang terkenal, Ashley Montagu (1967), menegaskan: "The Most Important agency through which the child learns to be human is communication, verbal also non verbal." Komunikasi amat erat kaitannya antara perilaku dan pengalaman kesadaran manusia. Jadi tidak mengherankan bahwa komunikasi selalu menarik perhatian peneliti psikologi.

Dalam sejarah perkembangannya komunikasi memang dibesarkan oleh para pakar psikologi. Menurut George A. Miller mengatakan psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan dan mengendalikan peristiwa mental dan perilaku dalam komunikasi. Sedangkan menurut Jalaluddin Rakhmat, psikologi komunikasi adalah ilmu yang mempelajari komunikasi dari aspek psikologi. Sejatinya, psikologi komunikasi adalah ilmu yang mempelajari kesadaran dan pengalaman manusia.

B. Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi

Dalam psikologi komunikasi mempunyai makna yang luas, meliputi segala Internal Proses/*Intrapersonal Communication* (Diri Sendiri) Mengulas apa yang sedang dipikirkan atau yang akan disampaikan.

- a. Menganalisa Karakteristik, faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perilaku komunikator kepada komunikan.
- b. *Interpersonal Communication* Adanya Stimulus yang menghasilkan respon untuk mempengaruhi perilaku komunikator kepada komunikan.
- c. Proses penyampaian pesan *Personality* dan Situasi
- d. Proses pembentukan perilaku Kesadaran menghasilkan perilaku.
- e. Proses komunikasi massa dalam perspektif psikologi.

Penyampaian energi, gelombang suara, tanda diantara tempat sistem atau organisme. Kata komunikasi sendiri digunakan sebagai proses, sebagai pesan, sebagai pengaruh atau secara khusus sebagai pesan pasien dalam psikoterapi. Jadi psikologi menyebut komunikasi pada penyampaian energi dari alat-alat indera ke otak, pada peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi, pada proses saling pengaruh diantara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara organisme. Hovland, Janis, dan Kelly, semuanya psikolog, mendefinisikan komunikasi sebagai "*the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)*". Dance mengartikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha "menimbulkan respon melalui lambang-lambang verbal"

Kamus psikologi, menyebutkan enam pengertian komunikasi.

1. Penyampaian perubahan energi dari satu tempat ke tempat yang lain seperti dalam sistem saraf atau penyampaian gelombang-gelombang suara.
2. Penyampaian atau penerimaan sinyal atau pesan oleh organisme.
3. Pesan yang disampaikan
4. (Teori Komunikasi) Proses yang dilakukan satu sistem yang lain melalui pengaturan sinyal-sinyal yang disampaikan.
5. (K. Lewin) Pengaruh suatu wilayah persona pada wilayah persona yang lain sehingga perubahan dalam satu wilayah menimbulkan perubahan yang berkaitan pada wilayah lain.
6. Pesan pasien kepada pemberi terapi dalam psikoterapi.¹

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Menurut Carl I. Hovland, Ilmu komunikasi adalah: upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Secara terminologi Komunikasi adalah: (*Communication, is the whole process used to reach other minds*) seluruh proses yang dipergunakan untuk mencapai pikiran-pikiran orang lain.

Longman memberikan definisi kata *communicate* sebagai upaya untuk membuat pendapat, menyatakan perasaan, menyampaikan informasi dan sebagainya agar diketahui atau dipahami oleh orang lain (*to make opinions, information etc, known or understood by others*).

Dilihat dari sejarah perkembangannya komunikasi memang dibesarkan oleh para peneliti psikologi. Tiga diantara empat orang bapak ilmu komunikasi yang disebut Wilbur Schramm adalah sarjana-sarjana psikologi seperti; Kurt Lewin yang merupakan ahli psikologi dinamika kelompok ia memperoleh gelar

¹ Cerita nada, pengertian, ruang lingkup dan pendekatan psikologi komunikasi

doktrinya dalam asuhan Koffka, Kohler dan Wertheimer, tokoh-tokoh psikologi Gestalt. Paul Lazarsfeld, pendiri ilmu komunikasi adalah psikolog yang banyak dipengaruhi Sigmund Freud, bapak Psikoanalisis.

Secara luas komunikasi adalah setiap bentuk tingkah laku seseorang baik verbal maupun nonverbal yang ditanggapi oleh orang lain. Komunikasi mencakup pengertian yang lebih luas dari sekedar wawancara. Setiap bentuk tingkah laku mengungkapkan pesan tertentu, juga merupakan sebarang komunikasi.

Secara sempit komunikasi diartikan sebagai pesan yang dikirimkan seseorang kepada satu atau lebih penerima dengan maksud sadar untuk mempengaruhi tingkah laku si penerima. Dalam setiap bentuk komunikasi setidaknya dua orang saling mengirimkan lambang-lambang yang memiliki makna tertentu. Lambang-lambang tersebut bisa bersifat verbal berupa kata-kata, atau bersifat nonverbal berupa ekspresi atau ungkapan tertentu dan gerak tubuh. Jadi, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

C. Manfaat Penggunaan Psikologi Komunikasi

Melalui pemahaman psikologi komunikasi, kita akan belajar tentang bagaimana kita memahami komunikasi yang efektif. Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, komunikasi yang efektif menimbulkan 5 hal, yaitu

1. Pengertian

Pengertian artinya penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksud oleh komunikator. Dalam konteks ini, seringkali pertengkaran atau konflik terjadi karena pesan kita diartikan lain oleh orang yang kita ajak bicara. Kegagalan menerima isi pesan secara cermat disebut kegagalan komunikasi primer (primary breakdown in communication). Disinilah peran diperlukannya pemahaman tentang psikologi komunikasi.

2. Kesenangan

Tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan informasi dan membentuk pengertian. Misalnya ketika kita mengucapkan "Selamat pagi, dan menyapa 'apa kabar?'. Kita tidak bermaksud mencari keterangan. Komunikasi seperti ini dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan, yang lazim disebut komunikasi fatis (phatic communication). Komunikasi seperti ini menjadikan hubungan kita hangat, akrab, dan menyenangkan. Dalam Analisis Transaksional ini disebut "Saya Oke-Kamu Oke". Ini memerlukan psikologi tentang sistem komunikasi interpersonal.

3. Mempengaruhi sikap

Kita paling sering melakukan komunikasi untuk mempengaruhi orang lain. Misalnya:

- a. Khotib ingin membangkitkan sikap beragama dan mendorong jemaah untuk beribadah lebih baik.
- b. Politisi ingin menciptakan citra yang baik pada konstituennya.
- c. Guru ingin mengajak muridnya untuk lebih banyak membaca buku.
- d. Pemasang iklan ingin merangsang selera konsumen untuk membeli barang-barang lebih banyak.
- e. Pidato kemerdekaan Bung Karno memberikan semangat, rasa persatuan dari seluruh rakyat Indonesia.

Contoh-contoh tersebut merupakan termasuk komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif memerlukan pemahaman tentang faktor-faktor pada diri komunikator, dan pesan yang menimbulkan efek pada komunikan. Persuasif didefinisikan sebagai proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan

orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri.

4. Hubungan sosial yang baik

Komunikasi juga ditujukan untuk menumbuhkan hubungan sosial yang baik. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak tahan hidup sendiri. Tentu kita ingin berhubungan dengan orang lain secara positif. Kebutuhan sosial adalah kebutuhan untuk menumbuhkan dan mempertahankan hubungan yang memuaskan dengan orang lain dalam hal interaksi dan asosiasi, pengendalian, dan kekuasaan, serta cinta kasih.

Menurut penelitian, bila orang gagal menumbuhkan hubungan interpersonal, maka ia akan menjadi agresif, senang berkhayal, dingin, sakit fisik dan mental, dan menderita “flight syndrome” (ingin melarikan diri dari lingkungannya). Kebutuhan sosial adalah kebutuhan untuk menumbuhkan dan mempertahankan hubungan yang memuaskan dengan orang lain dalam hal interaksi dan asosiasi, pengendalian, dan kekuasaan, serta cinta kasih. Secara singkat, kita ingin bergabung dan berhubungan dengan orang lain, kita ingin mengendalikan dan dikendalikan, kita ingin mencintai dan dicintai. Kebutuhan sosial ini hanya bisa dipenuhi dengan komunikasi interpersonal yang efektif.

Hasil penelitian Philip G. Zimbardo menemukan, bahwa anonimitas menjadikan orang agresif, senang mencuri dan merusak, dan kehilangan tanggung jawab sosial. Anonimitas timbul mungkin karena kegagalan komunikasi interpersonal dalam menumbuhkan hubungan sosial yang baik. Supaya manusia tetap hidup secara sosial, untuk sosial survival, ia harus terampil dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi interpersonal seperti persepsi interpersonal, dan hubungan interpersonal.

5. Tindakan

Persuasi juga ditujukan untuk melahirkan tindakan yang dikehendaki. Komunikasi untuk menimbulkan pengertian memang sulit, tetapi lebih sulit lagi mempengaruhi sikap, dan jauh lebih sulit lagi mendorong orang untuk bertindak. Tetapi efektivitas komunikasi biasanya diukur dari tindakan nyata yang dilakukan komunikate. Misalnya: Propaganda suatu parpol efektif bila sekian juta mencoblos lambing parpol tersebut. Pemasang iklan sukses bila orang membeli barang yang ditawarkan. Mubaligh pun boleh bergembira bila orang beramai-ramai bukan saja menghadiri masjid, tetapi juga mendirikan salat.

Menimbulkan tindakan nyata memang indikator efektivitas yang paling penting. Karena untuk menimbulkan tindakan, kita harus berhasil lebih dahulu menanamkan pengertian, membentuk dan mengubah sikap. Tindakan adalah hasil kumulatif seluruh proses komunikasi. Ia bukan saja memerlukan pemahaman tentang seluruh mekanisme psikologis yang terlibat dalam proses komunikasi, tetapi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia.²

Komunikasi adalah Proses Simbolik Jika komunikasi dipandang sebagai proses, komunikasi yang dimaksud adalah suatu kegiatan yang berlangsung secara dinamis. Sesuatu yang didefinisikan sebagai proses, berarti unsur-unsur yang ada di dalamnya bergerak aktif, dinamis, dan tidak statis. Dalam berkomunikasi manusia

² Septiandudy, ruang lingkup psikologi komunikasi

bisa melakukan dalam bentuk verbal dan nonverbal. Ernst Cassier mengatakan bahwa keunggulan manusia atas makhluk lainnya adalah keistimewaan mereka sebagai animal symbolicum.

Pendapat ini diperkuat dengan pemikiran Suzanne K. Langer yang mengatakan salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang-lambang. Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku non-verbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama. Sebagai contoh memasang pita hitam di lengan pada pemain sepak bola untuk menyatakan bela sungkawa atau empati terhadap kejadian yang menyedihkan yang terjadi saat itu. Di dunia olah raga hal ini disepakati sebagai lambang keprihatinan.

Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara manusia dan objek (baik nyata maupun abstrak) tanpa kehadiran manusia dan objek tersebut. Lambang adalah salah satu kategori tanda. Hubungan antara tanda dan objek dapat juga direpresentasikan oleh ikon dan indeks, namun ikon dan indeks tidak memerlukan kesepakatan. Ikon adalah suatu benda fisik (dua atau tiga dimensi) yang menyerupai apa yang direpresentasikan. Misal, foto di KTM (Kartu Tanda Mahasiswa) anda adalah ikon anda. Rambu-rambu lalu lintas yang menunjukkan arah atau suatu tempat juga termasuk ikon. Rambu bergambar sendok dan garpu adalah ikon dari rumah makan.

Berbeda dengan lambang dan ikon, indeks adalah tanda yang secara alamiah merepresentasikan objek lainnya. Istilah lain yang sering digunakan untuk indeks adalah sinyal (signal), yang dalam bahasa sehari-hari disebut juga gejala (symptom). Indeks muncul berdasarkan hubungan antara sebab dan akibat yang punya kedekatan eksistensi. Contoh, awan gelap adalah indeks hujan yang akan turun, sedangkan asap merupakan indeks api. Namun jika asap itu disepakati sebagai tanda bagi masyarakat untuk berkumpul seperti dilakukan masyarakat primitif, maka asap menjadi lambang karena maknanya telah disepakati bersama.³

D. Keterampilan dasar komunikasi

Keterampilan dasar berkomunikasi adalah salah satu kecakapan yang sangat penting di organisasi. Hal ini disebabkan, setiap orang perlu menjalin hubungan harmonis dan kerjasama dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam suasana aktivitas di sebuah organisasi, kecakapan komunikasi sangat diperlukan sebagai upaya untuk menjaga kinerja dan kualitas hubungan antar manusia, baik internal maupun eksternal. Hasil penelitian Hariko (2017) menunjukkan komunikasi merupakan hal yang paling esensial dalam kehidupan manusia. Dengan komunikasi, individu mengekspresikan dirinya, membentuk jaringan sosial, dan mengembangkan kepribadiannya.

Kegagalan individu dalam berkomunikasi menghambat terciptanya saling pengertian, kerja sama, toleransi, dan menghambat terlaksananya norma-norma sosial. Dari berbagai referensi, pengertian keterampilan dasar komunikasi adalah keterampilan memproduksi, menyampaikan, dan menerima informasi. Keterampilan dasar komunikasi mencakup keterampilan memproduksi, mengirim, dan menerima pesan baik secara verbal maupun nonverbal, komunikasi lisan maupun tertulis.⁴

³ Dr. hikmah hadiati salisah SIP. MSI, psikologi komunikasi, hal.37

⁴ DR. H. Musni ritongga M.A, psikologi komunikasi, hal. 11-14

E. Urutan sukses berkomunikasi

a. Strategi memperbaiki komunikasi dalam sehari-hari

Saat ini, faktor utama yang menentukan apakah anda akan berhasil atau gagal ialah kemampuan komunikasi. Kemampuan itu belum tentu dimiliki sejak lahir. Tetapi semua orang yang menginginkannya dapat memiliki. Yang perlu adalah keinginan dan tekad.

Para pemimpin hebat di pemerintahan, industri dan pendidikan memiliki kecakapan tinggi dalam berkomunikasi secara efektif dengan orang lain. Begitu anda mengasah kemampuan berkomunikasi secara efektif dengan orang lain. Begitu anda mengasah kemampuan berkomunikasi, anda bisa secara efektif menyampaikan ide-ide anda kepada atasan, rekan, pelanggan, bahkan teman dan keluarga anda. Beberapa insight menarik yang anda pelajari dari buku ini antar lain:

- a. Kenapa komunikasi disebut sebagai jalan dua arah
- b. Bagaimana menyampaikan ide kepada orang lain
- c. Mengapa anda perlu mendengarkan dengan seksama
- d. Bagaimana cara berbicara di hadapan public dengan percaya diri dan meyakinkan; dan
- e. Mengapa anda harus membuat pertemuan menjadi lebih bermakna

b. Pahami komunikasi sebagai jalan dua arah

Ada empat cara dalam berhubungan dengan dunia: apa yang anda lakukan; cara anda memandang; apa yang anda ucapkan; dan cara anda mengucapkannya. Sebagian besar komunikasi sehari-hari menciptakan kemungkinan miskomunikasi dan salah paham. Beberapa kata yang digunakan dapat dipahami dengan mudah di dalam organisasi anda.

Komunikasi yang efektif harus menjadi jalan tol dua arah dengan masukan yang terus-menerus mengalir dari satu pihak ke pihak yang lain. Penyampaian pesan harus mencari dan menerima masukan dari penerima pesan. Komunikator harus memastikan apa yang disampaikan dapat dipahami dan diterima oleh sang penerima.

Semua profesional harus bisa mengekspresikan opini dengan jelas, ringkas, dan meyakinkan terutama pada situasi-situasi yang bersifat mendadak atau tidak terduga. Situasi-situasi itu membutuhkan keberanian, kepercayaan diri, kemampuan menyusun pikiran dengan cepat dan kemampuan mengekspresikannya dengan cara yang koheren (berhubungan) serta persuasif.⁵

c. Unsur-unsur definisi komunikasi

1. pengirim/sumber

Pengirim adalah orang yang membuat pesan. (Orde & Bruess 2005). Dia merupakan pemrakarsa yang ingin menyajikan pikiran dan pendapat tentang suatu peristiwa atau objek. Sebagai pengirim pesan yang bertujuan tertentu, maka pengirim tidak selalu berada dalam posisi serba tahu atau serba kenal terhadap

⁵ Dale Carnegie, sukses berkomunikasi, hal. 1-7

penerima, karena itu pengirim mentransmisi pesan untuk mendapat respon demi menyamakan persepsi terhadap pesan.

2. Penerima

Penerima adalah orang yang menafsirkan pesan (orde & bruess 2005) yang diucapkan atau yang ditulis. (DeVito 1986). Sama seperti informasi mengenai objek atau peristiwa maka penerima tentu pernah mempunyai pengalaman sekecil apapun terhadap pesan-pesan tertentu, yang bisa sama atau berbeda dengan pengirim. Ketika suatu pesan diterima, maka orang yang menerima menginterpretasi pesan-pesan ini kemudian dapat di kirimkan kembali kepada pengirim.

3. Encoding dan decoding

Encoding adalah proses dimana pengirim menerjemahkan ide atau maksudnya dalam symbol-simbol berupa kata-kata atau nonverbal. Hasil terjemahan ide ini merupakan pesan yang akan dikirimkan kepada penerima. Sementara itu aktivitas seorang penerima adalah decoding, yaitu menerjemahkan symbol-simbol verbal dan nonverbal tadi dalam pesan yang bisa saja mirip, persis sama dengan, atau sangat berbeda dari apa yang dimaksudkan oleh pengirim.

4. Pesan

Pesan adalah gagasan, perasaan, atau pemikiran yang telah di en-coding oleh pengirim atau di-decod oleh penerima. Pada umumnya pesan-pesan berbentuk sinyal, symbol, tanda-tanda atau kombinasi dari semuanya dan berfungsi sebagai stimulus yang akan di respons oleh penerima. Apabila pesan ini berupa tanda, maka kita dapat membedakan tanda yang alami artinya tanda yang diberikan oleh lingkungan fisik, tanda mana sudah dikenal secara universal. Contoh, Guntur merupakan tanda hujan akan turun, asap merupakan tanda bahwa ada api, dan lain-lain.

5. Saluran

Saluran komunikasi merupakan sarana untuk mengangkut atau memindahkan pesan dari pengirim ke pada penerima, dalam komunikasi, semua pesan yang dikirimkan harus melalui saluran, saluran bisa tunggal namun bisa juga banyak (bayangkan kita dapat memilih naik kuda, naik mobil, kapal feri tau naik pesawat terbang). Komunikasi antar sesama dilakukan melalui bahan cetakan seperti buku, email, atau telepon.

6. Noise

Ada beberapa jenis noise yaitu:

- a. Fisik
- b. Jarak
- c. Psikologis
- d. Sosiologis
- e. Antropologis
- f. Hambatan fisiologis
- g. Semantik.

7. Feedback

Atau sering disebut “umpan balik” adalah respons yang diberikan oleh penerima terhadap pesan yang dikirimkan oleh pengirim. Mungkin anda mengatakan “saya tidak setuju dengan pendapat anda”, itulah respons.

8. Kerangka pengalaman

Kerangka pengalaman atau *field off experience* adalah pengalaman pengirim dan penerima yang berbasis pada latar belakang sosial budaya, adat istiadat, pendidikan, pengetahuan, interaksi, dan relasi sosial, status sosial. Semua faktor yang ada dan membentuk kerangka pengalaman ini memengaruhi cara seseorang berkomunikasi dengan orang lain.

9. Konteks

Konteks adalah semua komunikasi terjadi dalam konteks, konteks meliputi semua unsur fisik dan psikologis dari lingkungan dimana komunikasi terjadi. Konteks dapat bersifat fisik, budaya, sosial-psikologis, atau temporal.

10. Perubahan

Salah satu tujuan utama berkomunikasi adalah “perubahan” banyak ahli komunikasi tidak pernah menyebutkan “perubahan” sebagai tujuan utama komunikasi, namun menyembunyikan “perubahan” ini dalam kemasan seperti penerima dapat memahami, mengetahui, melakukan, mengembangkan, dan menikmati. Padahal semua konsep yang disebut terakhir ini adalah bentuk perubahan, entah perubahan maju (*progress*), atau perubahan mundur (*regress*). Supaya komunikasi mencapai tujuan “perubahan” secara maksimal, maka komunikasi sepatutnya direncanakan agar seluruh rangkaian aktivitas komunikasi dijalankan berdasarkan urutan waktu dan ruang.⁶

F. Proses berkomunikasi

Komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses. Misalnya seperti seorang komunikator menyampaikan pesan berupa lambang-lambang yang mempunyai arti, yang disalurkan melalui suatu saluran tertentu kepada komunikan. Dari pengertian tersebut, dapat dilihat proses komunikasi diawali dengan komunikator yang menyampaikan pesan dan diakhiri dengan komunikan sebagai penerima pesan.

Proses komunikasi terjadi manakala manusia berinteraksi dalam aktivitas komunikasi: menyampaikan pesan guna mewujudkan motif komunikasi. Proses adalah urutan peristiwa. Maka dari itu proses komunikasi dapat diartikan sebagai urutan peristiwa yang terjadi ketika manusia menyampaikan pesan kepada manusia lain. Proses komunikasi menurut Vardiansyah dibagi menjadi tujuh proses yaitu:

a. Tahap 1 Penginterpretasian

Yang diinterpretasikan adalah motif komunikasi, terjadi di dalam diri komunikator. Artinya, proses komunikasi tahap 1 bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang ia pikirkan dan rasakan ke dalam pesan. Proses penerjemahan motif komunikasi ke dalam pesan disebut *interpreting*, *penginterpretasian*. Akal budi manusia bertindak sebagai *interpreter*, alat *penginterpretasi*.

b. Tahap 2 penyandian

⁶ Books.google.com, komunikasi serba ada serba makna, hal. 39-43

Ditahap ini masih terjadi di dalam diri komunikator, berawal sejak pesan yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan akal budi manusia ke dalam lambang komunikasi. Proses ini disebut encoding, proses penyandian. Akal budi manusia berfungsi sebagai encoder, alat penyandi (merubah pesan abstrak menjadi konkret).

c. Tahap 3 pengiriman

Tahap 3 terjadi saat komunikator melakukan tindak komunikasi, mengirimkan lambang komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang berfungsi sebagai transmitter, alat pengirim pesan.

d. Tahap 4 perjalanan

Proses komunikasi tahap 4 terjadi antara komunikator dan komunikan, sejak pesan dikirim (transmit) hingga pesan diterima (receive). Jalan yang dilalui pesan untuk sampai kepada komunikan disebut saluran komunikasi, yang didapat dari dua cara, yaitu dengan media (mediated communication) dan tanpa media (nonmediated communication).

e. Tahap 5 penerimaan

Tahap ini ditandai dengan (receive) diterimanya lambang komunikasi melalui perlatan jasmaniah komunikan. Perlatan jasmaniah komunikan bertindak sebagai receiver, alat penerima.⁷

G. Kepercayaan dalam perspektif komunikasi islam.

Berbicara dengan data dan informasi yang akurat adalah salah satu dari prinsip komunikasi dalam islam yang mengesankan bahwa pembawa pesan merupakan orang yang memiliki pribadi yang berkualitas selain menambah kredibilitas, informasi yang akurat menghindari seorang yang berbicara atau menyampaikan pesan berujung pada penyesalan, seperti firman Allah: "Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita. Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu" (Al-Hujaratayat 6)

Kata kunci pada ayat ini adalah kata "Telitilah Kebenarannya" dengan tegas Al Qur'an mengajarkan kepada kita untuk mengecek informasi yang kita dengar. Pada ayat-ayat selanjutnya Allah berbicara tentang persatuan. Sehingga kita dapat mengambil pelajaran bahwa salah satu penyebab rusuknya persatuan adalah karena mudah menerima berita tanpa mengecek kebenarannya.

Apalagi seorang yang membawa informasi itu adalah orang fasiq audiona harus lebih berhati-hati ketika mendengar informasi dari mereka. Allah SWT mengajarkan kepada kita untuk mengecek semua informasi dari siapapun.

Retaknya bangunan rumah tangga misalnya. Banyak kasus yang diawali dengan kabar angin yang langsung diterima dan diceritakan Padahal semua itu hanyalah gerakan lisan tanpa ada bukti. Maraknya gosip menjadi salah satu penyebab hancurnya rumah tangga seseorang Gosip itu seakan ringan diucapkan dan disebar luaskan, namun di mata Allah menjadi perkara yang besar.

Dalam sebuah riwayat disebutkan Imam Ja'far As-Shodiq ketika ada seorang sahabat yang melaporkan temannya, beliau sering mengatakan, "Dustakan matamu, dustakan pendengaranmu!" Jangan berburuk sangka kepada orang lain. Karna seorang yang menyampaikan berita sementara dia belum tahu kebenarannya, maka dia adalah termasuk dari salah satu dari dua pembohong. Semakin strategis tema

⁷ BA kurniawan, proses komunikasi, hal. 4-5

yang dibicarakan seperti tentang kemahian, pesan-pesan yang disampaikan, maka data yang disampaikan harus benar-benar valid dan diterima secara selektif.

Prinsip selektivitas dan validitas dalam komunikasi islam bukanlah bertujuan untuk memberikan kepuasan di duniawi (aktivitas hubungan di alam dunia saja) namun komunikasi yang terjadi diantara manusia akan dipertanggungjawabkan kelak di akhirat, sehingga komunikasi yang terhangang memiliki hubungan ilahiyah.⁸

DAFTAR PUSTAKA

Cerita nada, *pengertian, ruang lingkup & pendekatan psikologi komunikasi*, diakses pada 12 maret 2022, dari <https://ceritabahnada.wordpress.com>

Septianludy, *ruang lingkup psikologi komunikasi*, diakses 14 maret 2022, dari septianludy.blogspot.com

Dr. hikmah hadiati salisah, SIP, M.Si, *psikologi komunikasi (2015)*, diakses pada 12 maret 2022, dari digilib.uinsby.ac.id

Dr. H. M. husni ritonga, M.A, *psikologi komunikasi*, diakses pada 12 maret 2022, dari <https://repository.uinsu.ac.id>

Dale Carnegie, *sukses berkomunikasi*, diakses pada 14 maret 2022, dari <https://pimtar.id/books>

Books.google.com, *komunikasi serba ada serba makna*, diakses 10 maret 2022, dari <https://books.google.co.id>

BA kurniawan, *proses komunikasi*, diakses pada 10 maret 2022, dari <http://repository.usm.ac.id>

Anwar yacob, *kepercayaan dalam perspektif komunikasi umum dan perspektif komunikasi islam*, diakses pada 14 maret 2022, dari <https://journal.iain.langsa.ac.id>

⁸ Anwar yacob, *kepercayaan dalam perspektif komunikasi umum dan perspektif komunikasi islam*, hal. 49-50