

## Pentingnya Psikologi Komunikator

Winda Kustiawan, Laila fitri, Ajizah Nurul Fadhilah Siddiq, Anis Sa'adah, Harris Fadhillah, Sri Ayu Ulandari, Muhammad wisudawan

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

Email : [Lailafitri1203@gmail.com](mailto:Lailafitri1203@gmail.com), [Ajizahshiddiq155@gmail.com](mailto:Ajizahshiddiq155@gmail.com),  
[anissaa'dahh27@gmail.com](mailto:anissaa'dahh27@gmail.com), [sriulandarivivo@gmail.com](mailto:sriulandarivivo@gmail.com),  
[harrisfadhillah218@gmail.com](mailto:harrisfadhillah218@gmail.com), [mwisudawan06@gmail.com](mailto:mwisudawan06@gmail.com)

### ABSTRAK

Psikologi merupakan ilmu yang mempelajari tingkah laku lahiriah manusia dengan sebuah metode observasi secara objektif terhadap stimulus dan respons yang menimbulkan tingkah laku. Kita dapat mempelajari tentang psikologi manusia dengan cara memperhatikan bagaimana seseorang itu berperilaku dalam kehidupannya. Tingkah laku yang negative akan menjadi positif, apabila ada suatu sumber yang mampu mengajak kepada kebaikan dan tingkah laku yang positif akan menjadi negative, apabila seseorang mudah dipengaruhi kepada keburukan. Apabila orang lain tidak memahami apa yang kita katakan itu artinya kita telah gagal dalam berkomunikasi. Dan hubungan kita terhadap orang lain akan menentukan kualitas hidup kita. Pengertian komunikasi lisan ialah bentuk komunikasi dengan mengucapkan kata-kata secara lisan dan langsung kepada lawan bicara. Biasanya komunikasi lisan dapat dilakukan dalam kondisi para personal atau individu yang berkomunikasi berhadapan langsung. Komunikasi tertulis adalah komunikasi yang dilakukan melalui sebuah tulisan yang dilakukan dalam kegiatan surat menyurat melalui : pos, telegram, telexaf, fax, e-mail dan sebagainya.

**Kata kunci** : Psikologi komunikator

### ABSTRACT

Psychology is a science that studies human outward behavior with a method of objectively observing the stimulus and response that causes behavior. We can learn about human psychology by paying attention to how a person behaves in his life. Negative behavior will be positive, if there is a source that is able to invite to goodness and positive behavior will be negative, if someone is easily influenced by evil. If other people do not understand what we are saying it means we have failed in communicating. And our relationship with other people will determine the quality of our life. Understanding oral communication is a form of communication by saying words orally and directly to the other person. Usually oral communication can be done in conditions of personal or

individuals who communicate face to face. Written communication is communication that is carried out through writing which is carried out in correspondence activities via: post, telegram, telexaf, fax, e-mail and so on.

## PENDAHULUAN

Komunikator berdasarkan perspektif dakwah (da'ī /mubaligh) akan mendapatkan karakteristik diri yang lebih baik sebagai orang yang memiliki kredibilitas karena cerdas (menguasai masalah), mampu berkomunikasi, berakhlak, memiliki ilmu pengetahuan dan pengalaman yang luas. Dan jika seorang komunikator dakwah tidak memiliki kredibilitas maka seorang ia akan dipandang rendah oleh masyarakat karena dianggap tidak berpengalaman . Nah, selain itu komunikator dakwah juga dinilai oleh masyarakat dari segi moralitasnya, seperti : kejujuran, kesopanan, ketulusan dan sebagainya.

Ketika komunikator berkomunikasi, yang berpengaruh bukan saja apa yang ia katakan tetapi juga keadaan ia sendiri. Kadang-kadang “siapa” lebih penting dari “apa”. Efektivitas komunikator ditentukan oleh : kredibilitas, atraksi, dan kekuasaan komunikator. Menurut Hovland dan Weiss, kredibilitas terdiri dari dua unsur, yaitu : expertise (keahlian) dan trustworthiness (dapat dipercaya). (Rakhmat, J. 2002)

Menurut simons, komunikator yang dipersepsi memiliki kesamaan dengan komunikan cenderung berkomunikasi lebih efektif karena kesamaan dapat mempermudah proses komunikasi. Selain itu, kesamaan dapat membangun premis yang sama. tumpuan yang sama dapat memudahkan metode pengumpulan sehingga orang akan lebih mudah tergoyahkan. Kesamaan juga membuat komunikan tertarik, hormat dan percaya terhadap kominikator. (Rakhmat, J. 2002)

Kekuasaan adalah kemampuan menimbulkan ketundukan. Kekuasaan membuat komunikator dapat mengeksploitasikan keinginannya kepada orang lain, karena ia memiliki faktor produksi yang sangat penting. Kepatuhan adalah dampak yang paling lemah dibandingkan dengan persepsi dan penghayatan. Dengan begitu, kekuasaan yang dimiliki seorang komunikator sebaiknya digunakan setelah kredibilitas dan atraksi komunikator tersebut. Nah selain itu, komunikasi belum bisa dikatakan efektif apabila seorang komunikator tidak memperhatikan pesan yang ia sampaikan.

Psikologi pesan merupakan hal yang penting dalam sebuah komunikasi selain psikologi komunikan dan komunikator. Pesan yang disampaikan kepada komunikan dalam bentuk verbal (linguistik) dan nonverbal. Pesan linguistik adalah pesan yang dikemas menggunakan bahasa , atau berbahasalah sebagai alat utamanya. Dalam komunikasi dinamakan komunikasi verbal, karena ia menggunakan lambing verbal, yaitu bahasa.

Dan bahsa sendiri memiliki peran penting dalam peradaban manusia. Seacara ekstrem dapat dikatakan, tanpa bahasa mustahil ada manusia. Ilmu pengetahuan, budaya dan sebagainya diwariskan melalui bahasa. Manusia bertahan karena memiliki dan menggunakan bahasa sebagai alat bantu.

Komunikasi nonverbal sangat berperan penting dalam prilaku komunikasi karna dapat menghambat atau melancarkan efektivitas komunikasi. Factor-faktor nonverbal sangat

menentukan makna dalam komunikasi interpersonal. Pesan nonverbal merupakan cara komunikasi yang lebih efisien dibandingkan dengan pesan verbal. Dari segi waktu pesan verbal sangat tidak efisien karena terdapat redundansi (lebih banyak lambang dari yang diperlukan), repetisi, ambiguity (kata-kata yang berarti ganda), dan abstraksi.

Diperlukan lebih banyak waktu untuk mengungkapkan pikiran kita secara verbal dari pada secara nonverbal. (Rakhmat, J. 2002) Pesan linguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Pesan paralinguistik terdiri dari : nada, kualitas suara, volume, kecepatan dan ritme. Orang berbicara tanpa banyak perubahan nada disebut monoton. Nada dapat mengungkapkan gairah, kesedihan, ketakutan, kesungguhan dan kasih sayang.

## PEMBAHASAN

Isi pokok yang dibahas dalam psikologi komunikator adalah *who says what* dan *who says*. Contohnya seseorang yang berkhotbah berdiri di mimbar sedang berceramah tentang pentingnya memelihara kebersihan moral dan menjauhi perbuatan dosa akan tetapi yang berkhotbah memakai jeans yang lusuh, rambutnya gondrong dan bajunya sangat kusut menggunakan kalung hitam dengan gantungan tengkorak kecil dan menggunakan jaket berwarna hitam kemudian ia melantunkan ayat-ayat suci dengan serius. Kemungkinan besar kita akan menganggapnya sebagai orang yang gila dan tersesat masuk rumah ibadah.

Dari contoh diatas dapat disimpulkan dalam psikologi komunikator terkadang siapa lebih penting dari apa. Maksudnya adalah terkadang hal itu, lebih melihat seseorang dari apa yang mereka tampilkan daripada apa yang mereka sampaikan. Hal ini berlaku umumnya pada masalah apa saja dan secara mutlak berlaku ketika tidak mungkin ada kepastian dan dapat berbagi.

### Pengertian Komunikator

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Dalam kacamata ilmu komunikasi, komunikator atau (comunicator) bisa juga bertukar peran sebagai komunikan atau penerima pesan sehingga komunikator yang baik juga harus berusaha menjadi komunikan yang baik. Seorang sumber bisa menjadi komunikator / pembicara. Sebaliknya komunikator / pembicara tidak selalu sebagai sumber.

Pada definisi komunikasi diatas disebutkan bahwa komunikator adalah orang yang menyampaikan rangsangan. Harold Lasswell mengatakan : komunikator atau sering juga disebut juga sumber (source), pengirim (sender), penyandi (encoder), pembicara (speaker), atau originator. Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.<sup>1</sup>

### Syarat Menjadi Komunikator Yang Baik

Untuk menjadi seorang komunikator yang baik, menurut Harold. D Lasswell (Wiriyanto, 2008) terdapat beberapa hal yang perlu dipahami yaitu :

- A. komunikator yang baik perlu menyusun dengan teratur isi pesan yang ingin disampaikan, agar pesan tersebut mudah dipahami oleh pihak penerima.

---

<sup>1</sup>Prof.DR.H.A.Rusdiana,M.M.,”Etika Komunikasi Organisasi”. (UIN SGD BANDUNG : 2021) hlm 446.

- B. Komunikator yang baik juga harus mengetahui mana media yang paling tepat untuk mengirim pesan kepada penerima dan harus tahu bagaimana cara mengantisipasi gangguan yang akan muncul pada proses pengiriman pesan.
- C. Komunikator yang baik akan bertanggung jawab memberikan tanggapan terhadap umpan balik (feedback) yang disampaikan oleh pihak penerima (receiver).

### **Karakteristik Komunikator**

Pendapat seorang ilmuwan yang bernama Aristhoteles pernah diuji secara ilmiah 23.000 tahun kemudian oleh Carl Hovland dan Walter Weiss pada tahun (1951). Mereka melakukan eksperimen pertama tentang psikologi komunikator. Kepada sejumlah besar subjek disampaikan pesan tentang kemungkinan membangun kapal selam yang digerakkan tenaga atom (waktu itu, menggunakan energi atom masih merupakan impian)

Pada bagian ini kita akan membahas mengenai Komunikasi komunikator yang di dalamnya melibatkan tiga komponen penting, yaitu ethos, pathos dan logos. Ethos diartikan sebagai sumber kepercayaan (source credibility) yang ditunjukkan seorang komunikator (komunikator) bahwa ia memang pakar dalam bidangnya, sehingga oleh karena seorang ahli maka ia dapat dipercaya. Seorang komunikator yang handal, mau tidak mau harus melengkapi dirinya dengan dimensi ethos ini yang memungkinkan orang lain menjadi percaya.

### **Dimensi Etika Komunikator Dalam Komunikasi**

#### 1. Dimensi etika komunikasi

Dimensi etika bukan hanya sekedar menyangkut usia komunikasi dan proses komunikasi tapi juga struktur ponda mental dan persoalan-persoalan yang menyangkut sistem, yang sering kali mengaitkan persoalan besar mengenai kebijakan yang berkaitan dengan pembagian teknologi yang jangkah serta produknya.

Ada tiga dimensi yang perlu diperhatikan Untuk meningkatkan kejelasan serta mengintegrasikan berbagai rancangan mengenai kebudayaan komunikasi.

#### 2. Penampilan atau homofili dan heterofili

Problem kecil yang muncul di dalam komunikasi akibat dari perbedaan persepsi. perbedaan persepsi ini di akibatkan oleh derajat kesamaan dan ketidaksamaan yang di capai dalam integrasi sosial antara komunikator dan komunikan. Menurut Aubrey Fisher 1996 (Rumondor 2003), yaitu prinsip homofili dan heterofili mengenai kedua prinsip tersebut sebagai berikut:

a. Prinsip homofily

b. prinsip heterofily

#### 3. Dimensi yang memengaruhi efisiensi komunikator <sup>2</sup>

Ada, beberapa faktor yang dapat mempengaruhi efisiensi komunikator, (Effendy, 2007) menyebutnya ada tiga dimensi, yaitu. <sup>3</sup>

#### **a. dimensi ethos**

---

<sup>2</sup> Dr. Fitri Yanti, MA., "*Psikologi Komunikasi*". (Agree Media Publishing : 2022), hlm 147.

<sup>3</sup> Prof. Dr. H. Rusdiana,, MM, "*Etika Komunikasi Organisasi*". (UIN SGD Bandung : 2021), hlm 71.

dimensi etos terdiri dari :

### 1. kredibilitas

Kredibilitas memiliki persepsi komunikasi mengenai sifat-sifat komunikator, dalam definisi ini ada dua hal yang terlampir:

(1) kredibilitas adalah persepsi komunikasi jadi tidak dapat dipisahkan dalam diri komunikator.

(2) kredibilitas bersamaan dengan sifat-sifat komunikator yang selanjutnya akan kita sebut sebagai komponen-komponen kredibilitas.

### 2. atraktif/atraksi

Atraksi menyebabkan komunikator menarik, dan karena menarik ia memiliki ajakan. Tetapi kita juga tertarik kepada seseorang karena adanya beberapa kesamaan antara di adegan kita. Dalam tingkat yang berlebihan kita dapat mengatakan hubungan ini cukup kuat.

### Kekuasaan

kekuasaan adalah kemampuan menimbulkan ketundukan. Seperti kredibilitas dan atraksi, ketundukan timbul dari intraksi antara komunikator dan komunikasi. Kekuasaan menyebabkan seseorang komunikator dapat "memaksakan" kehendaknya kepada orang lain, karena ia memiliki sumberdaya yang sangat penting (critical resources). Berdasarkan sumberdaya yang dimilikinya, French dan Raven menyebutkan jenis-jenis kekuasaan. Klasifikasi ini kemudian dimodifikasikan Raven (1974) dan menghasilkan lima jenis kekuasaan:

1) Kekuasaan Koesif (coersive power). Kekuasaan koesif menunjukkan kemampuan komunikator untuk mendatangkan dan jarang atau memberikan hukuman pada komunikasi. Imbalan dan hukuman itu dapat bersifat individu atau impersonal.

2) Kekuasaan keahlian (expert power) Kekuasaan ini berasal dari pengetahuan, pengalaman, keterampilan, atau kemampuan yang dimiliki komunikator.

3) Kekuasaan informasional (informational power) kekuasaan ini berasal dari isi komunikasi tertentu atau pengetahuan baru yang dimiliki oleh komunikator.

4) Kekuasaan rujukan (referent power). Disini komunikasi menjadikan komunikator layar belakang rujukan untuk menilai dirinya.

5) Kekuasaan legal (Legitimate power). Kekuasaan ini berasal dari kumpulan peraturan atau norma yang menyebabkan komunikator berwenang untuk melakukan suatu perbuatan<sup>4</sup>.

### b. dimensi pathos

pathos diartikan sebagai imbauan emosional yang ditunjuk oleh seorang rhetor dengan menampilkan gaya dan bahasanya yang meningkatkan energy dengan semangat yang tinggi pada khalayak.

### c. dimensi logos

Logos diartikan sebagai imbauan logis yang ditunjukkan seorang orator bahwa uraiannya masuk akal sehingga pantas untuk diikuti dan dilaksanakan oleh khalayak sama juga dengan pathos, logos juga perlu dimiliki oleh seorang orator atau rethor.

---

<sup>4</sup> Dr. H. M. Husni Ritonga, M.A "psikologi komunikasi" (perdana publishing), hlm 114-122

## **Kesimpulan**

Dalam psikologi komunikator “siapa” itu lebih penting dari “apa”, maksudnya terkadang orang menilai seseorang melihat dari penampilannya terlebih dahulu barulah kemudian mendengarkan apa yang disampaikan oleh seorang komunikator. Komunikator adalah orang yang sedang berbicara atau orang yang sedang menyampaikan suatu pesan kepada orang lain, sedangkan komunikan ialah orang yang menerima pesan dari seorang komunikator. Seorang komunikator dengan seorang komunikan dapat bertukar peran ketika seorang komunikator telah selesai menyampaikan pesan yang ia sampaikan kepada komunikan maka disitulah seorang komunikan dapat menyampaikan apa yang ingin ia sampaikan.

Seorang komunikator yang baik harus dapat memposisikan tempat dimana ia berkata, dan menyusun dengan rapi perkataannya agar pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator dapat dipahami dengan mudah oleh komunikan. Komunikator juga harus menyesuaikan media yang akan digunakan untuk menyampaikan pesannya. Seorang komunikator juga harus bertanggung jawab dengan apa yang ia sampaikan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Dr. Fitri Yanti, M. (2022). *Psikologi Komunikasi*. Agree Media Publishing.

Dr. H. M. Husni Ritonga (2019). *psikologi komunikasi*. perdana publishing

Prof. Dr. H.A.Rusdiana, M. (2021). *Etika Komunikasi Organisasi*. Bandung: UIN SGD Bandung.