

DRS. JALALUDDIN RAKHMAT, M.Sc.

BEST
SELLER



PSIKOLOGI KOMUNIKASI


ROSDA

DRS. JALALUDDIN RAKHMAT M.Sc

PSIKOLOGI KOMUNIKASI

Yayasan Menara Bhakti UNIVERSITAS MERCU BUANA Perpustakaan Pusat	
Sumber :	<u>Umbangan</u>
Tanggal :	<u>01-01-18</u>
No. Reg. :	<u>13-0910-47129</u>
	2. _____

302.2
RATI
r



PENERBIT PT REMAJA ROSDAKARYA - BANDUNG

UNIVERSITAS MERCU BUANA
Pascasarjana

RR.KO003-24-2007

PSIKOLOGI KOMUNIKASI

Penulis : Drs. Jalaluddin Rakhmat, M.Sc.

Editor : Tjun Surjaman

Desainer Sampul : Achmad Kosasih

Diterbitkan oleh **PT REMAJA ROSDAKARYA**

Jl. Ibu Inggit Garnasih No. 40, Bandung 40252

Tlp. (022) 5200287, Faks. (022) 5202529

e-mail: rosdakarya@rosda.co.id

Website: www.rosda.co.id

Anggota Ikapi

Cetakan 1 s.d. 23 Tahun 1985 s.d. 2005

Cetakan kedua puluh empat, Januari 2007

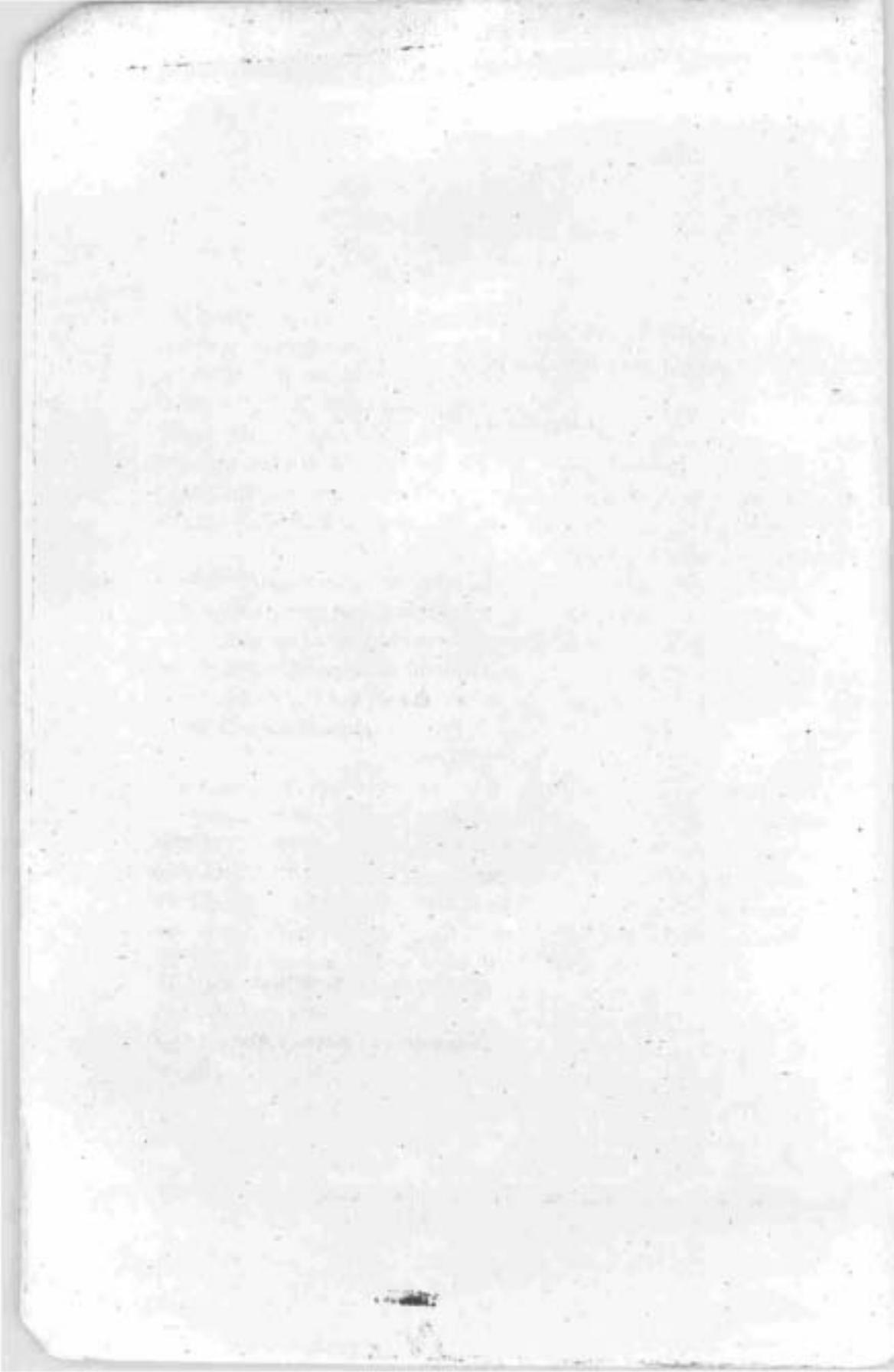
Hak cipta dilindungi undang-undang pada Penulis.
Dicetak oleh PT Remaja Rosdakarya Offset - Bandung

ISBN 979-514-145-7

... dan berbicaralah kepada mereka
dengan pembicaraan yang berbekas pada
jiwa mereka.

(Alquran 4 : 63)

buat
dua insan Rachmat dan Syaja'ah
yang pertama kali
mengajarkan padaku komunikasi
insani



KATA PENGANTAR

Komunikasi ada di mana-mana: di rumah, ketika anggota-anggota keluarga berbincang di meja makan; di kampus, ketika mahasiswa-mahasiswa mendiskusikan hasil tentamen; di kantor, ketika kepala seksi membagi tugas; di masjid, ketika muballigh berkhotbah; di DPR, ketika wakil-wakil rakyat memutuskan nasib bangsa; juga di taman-taman, ketika seorang pecinta mengungkapkan rindu dendamnya. Komunikasi menyentuh segala aspek kehidupan kita. Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa 70% waktu bangun kita digunakan untuk berkomunikasi. Komunikasi menentukan kualitas hidup kita.

Dengan komunikasi kita membentuk saling pengertian menumbuhkan persahabatan, memelihara kasih-sayang, menyebarkan pengetahuan, dan melestarikan peradaban. Tetapi dengan komunikasi kita juga menyuburkan perpecahan, menghidupkan permusuhan, menanamkan kebencian, merintangai kemajuan, dan menghambat pemikiran. Begitu penting, begitu meluas, dan begitu akrab komunikasi dengan diri kita sehingga kita semua merasa tidak perlu lagi mempelajari komunikasi.

Penulis buku ini percaya bahwa kualitas hidup kita, hubungan kita dengan sesama manusia dapat ditingkatkan dengan memahami dan memperbaiki komunikasi yang kita lakukan. Kita dapat mempelajari berbagai tinjauan tentang komunikasi, tetapi penghampiran psikologi adalah yang paling menarik. Psikologi menukik ke dalam proses yang mempengaruhi perilaku kita dalam komunikasi, membuka "topeng-topeng" kita, dan menjawab pertanyaan "mengapa". Psikologi melihat komunikasi sebagai perilaku manusiawi, menarik, dan melibatkan siapa saja dan di mana saja.

Karena psikologi komunikasi berkenaan dengan setiap orang, saya berusaha menulis buku ini dengan bahasa yang sedapat mungkin mudah dicerna. Saya menghindari istilah-istilah teknis, walaupun tidak seluruhnya berhasil. Ada kemungkinan Anda merasakan sekali waktu saya bercanda, pada waktu lain saya serius; pada satu tempat tulisan saya gampang dibaca, pada tempat lain membingungkan. Ketahuilah, ketika Anda bingung, sebetulnya saya pun bingung. Sebagaimana saya bagikan pengertian saya kepada Anda, saya pun menularkan kebingungan saya.

Saya tertarik betul dengan penulisan buku ini; begitu tertarik, sehingga saya ingin menceritakan segalanya kepada Anda. Hampir-hampir buku ini tidak selesai. Saya merasa — bukan basa-basi — buku ini banyak kekurangannya. Sistem komunikasi kelompok dan psikologi khalayak, misalnya, tidak saya masukkan di sini. Saya pun membuat kesalahan. Saya tidak akan mohon maaf, sebab rasanya lebih berguna bila saya mohon Anda memperbaikinya.

Penulisan buku ini mempunyai sejarah yang panjang; sejak pertemuan Konsorsium Ilmu-ilmu Sosial yang menetapkan psikologi komunikasi sebagai mata kuliah wajib dalam program studi ilmu komunikasi di Indonesia; sejak saya mengambil topik khusus psikologi sosial di Iowa State University; bahkan sejak saya menjadi asisten mata kuliah retorika dan membaca "psikologi komunikasi" yang pertama dari Aristoteles.

Walaupun begitu, pada kenyataannya buku ini baru ditulis atas dorongan Rema Rozali, dari penerbit Remadja Karya. Dengan sabar ia mengingatkan saya pada janji yang hampir selalu tidak saya tepati. Kepada Rema, saya ucapkan terima kasih. Tentu saya pun harus menyebut Bapak Tjun Surjaman, penyunting yang menunjukkan beberapa perilaku bahasa saya yang menyimpang. Kepada Maman Suherman yang mengetik naskah buku ini lebih dari semangat pegawai kantor, kepada istriku yang merelakan waktunya bersamaku diambil untuk penulisan buku ini, kepada anak-anakku yang jengkel dengan tumpukan buku yang mengganggu mereka, saya sampaikan penghargaan yang sedalam-dalamnya.

Akhirnya, saya berharap buku ini menjadi salah satu pengabdian saya kepada Allah, kontribusi saya kepada bangsa Indonesia, dan pelayanan saya kepada sesama manusia.

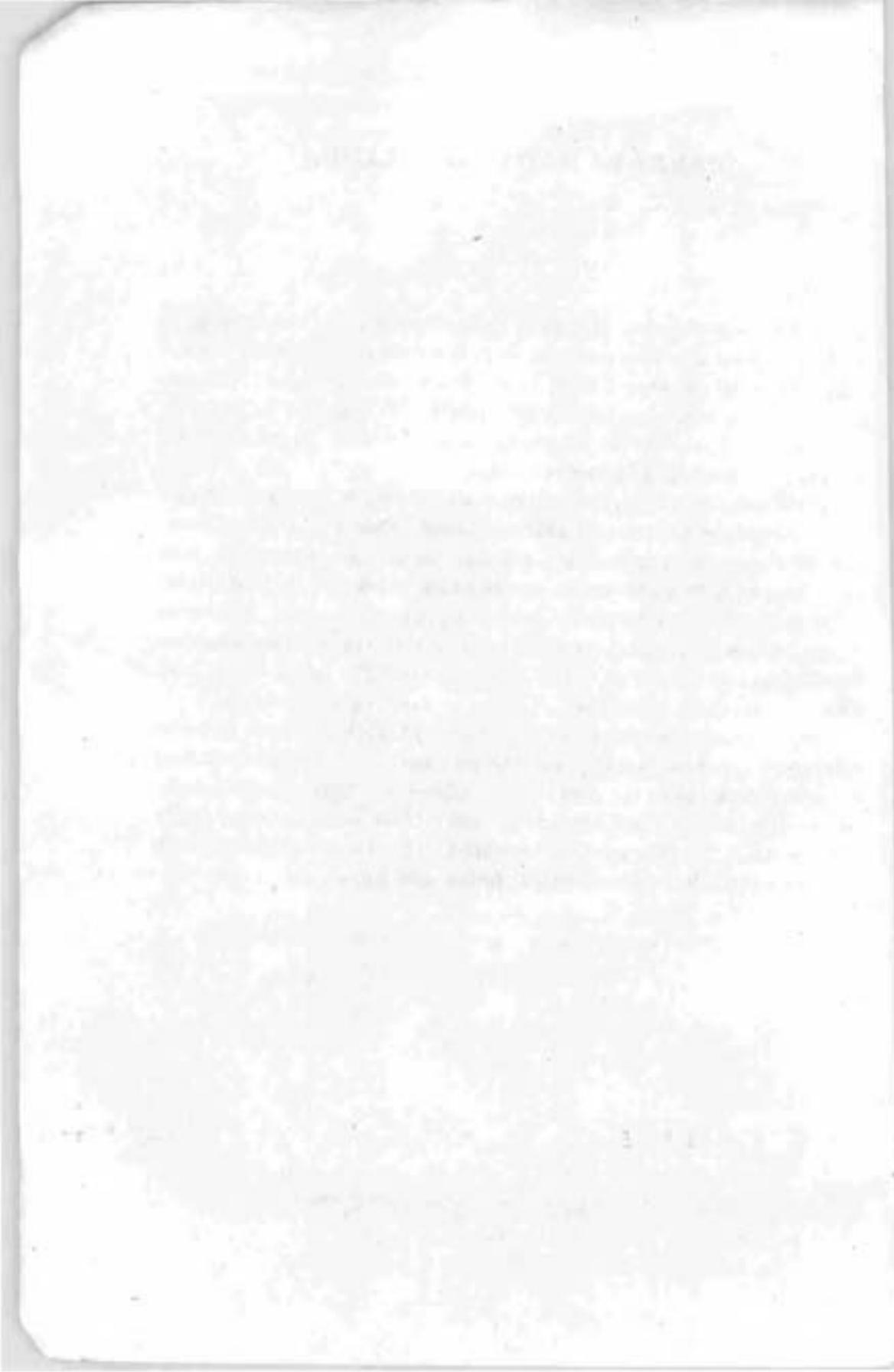
Jalaluddin Rakhmat

PRAKATA PADA EDISI KEDUA

Sungguh menggembirakan, *Psikologi Komunikasi* ternyata mendapat sambutan yang baik dari para pembaca — yang awam dan yang ahli. Resensi yang dilakukan pada surat-surat kabar dan majalah memenuhi dua keinginan saya — ingin diperhatikan dan ingin dipuji. Saya juga memperoleh tanggapan dan kritik lewat pernyataan lisan dan surat. Kepada mereka semua, saya mengucapkan terima kasih.

Pada edisi kedua, saya menambahkan "Sistem Komunikasi Kelompok". Pengalaman di Indonesia menunjukkan bahwa komunikasi kelompok dipergunakan dalam berbagai kegiatan: pendidikan, penerangan, atau penyuluhan. Saya tidak dapat memberikan teknik-teknik komunikasi kelompok, sebab buku ini hanya berfokus pada psikologinya. Walaupun begitu, penjelasan di sini dapat dijadikan landasan untuk uraian mengenai komunikasi kelompok; bahkan untuk mengembangkan teknik-teknik baru dalam komunikasi kelompok.

Seperti biasa, pernyataan terima kasih saya tujukan kepada Penerbit Remadja Karya beserta staf — kelompok manusia yang selalu mendorong penyempurnaan buku ini; juga kepada rekan-rekan para dosen Komunikasi — di mana pun mereka berada — yang menyatakan apresiasinya pada buku ini (dan, ini yang penting, mewajibkan pada mahasiswanya untuk membaca buku ini). Salam hormat untuk semuanya.

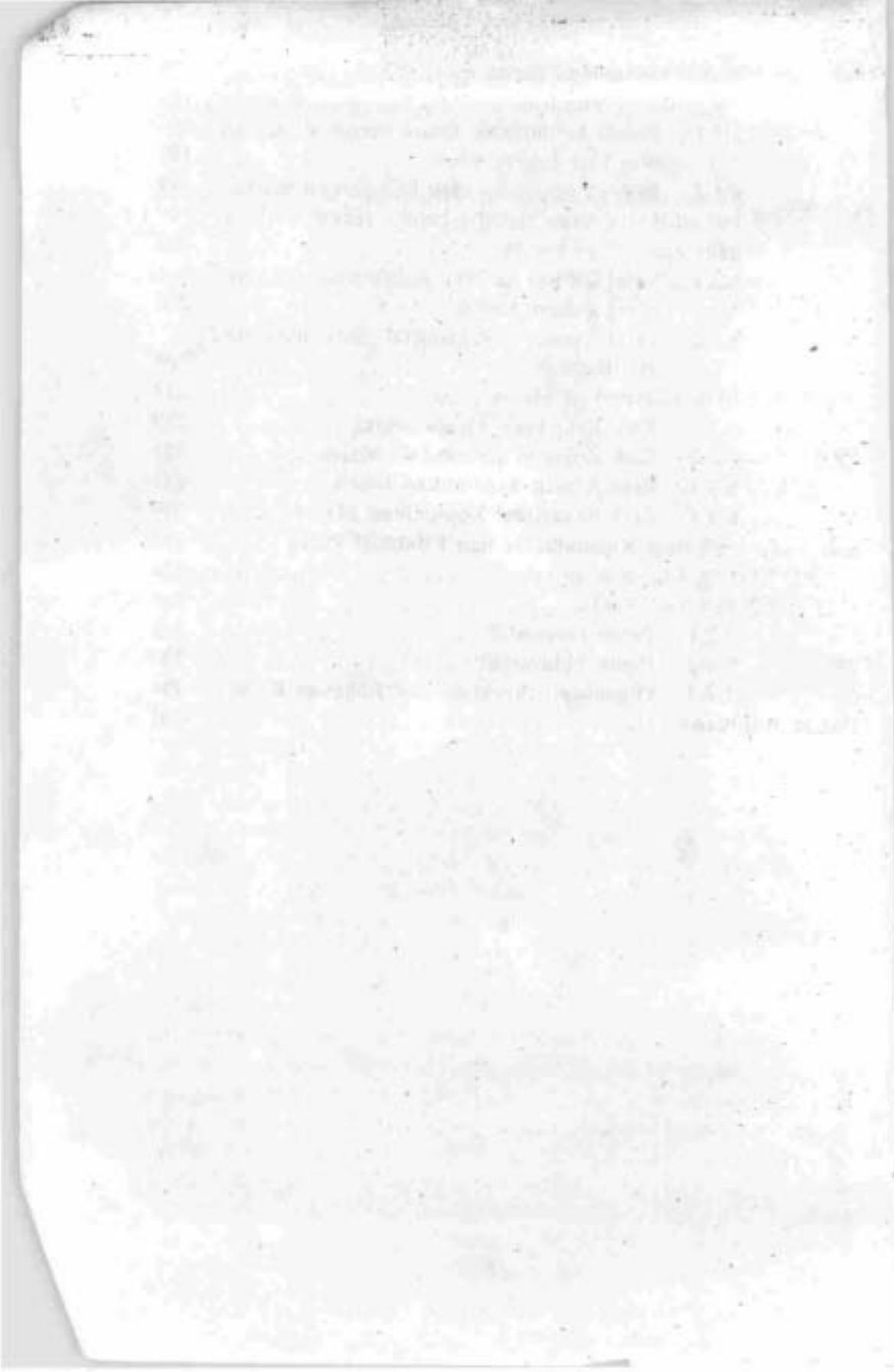


DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar	vii
Prakata <small>TAMBAH</small> Edisi Kedua	ix
Bab 1. Apakah Psikologi Komunikasi Itu?	1
1.1 Ruang lingkup psikologi komunikasi	3
1.2 Ciri pendekatan psikologi komunikasi	6
1.3 Penggunaan psikologi komunikasi	12
Bab 2. Karakteristik Manusia Komunikatif	17
2.1 Konsepsi psikologi tentang manusia	18
2.2 Faktor-faktor personal yang mempengaruhi perilaku manusia	32
2.3 Faktor-faktor situasional yang mempengaruhi perilaku manusia	43
Bab 3. Sistem Komunikasi Intrapersonal	48
3.1 Sensasi	49
3.2 Persepsi	51
3.2.1 Perhatian (Attention)	52
3.2.2 Faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi	55
3.2.3 Faktor-faktor struktural yang menentukan persepsi	58
3.3 Memori	62
3.3.1 Jenis-jenis memori	63
3.3.2 Mekanisme memori	64
3.4 Berpikir	67
3.4.1 Apakah berpikir itu?	67
3.4.2 Bagaimana orang berpikir?	67
3.4.3 Menetapkan keputusan (Decision making)	68
3.4.4 Memecahkan persoalan (Problem solving)	69
3.4.5 Berpikir kreatif (Creative thinking)	72

Bab	4. Sistem Komunikasi Interpersonal	79
	4.1 Persepsi interpersonal	80
	4.1.1 Pengaruh faktor-faktor situasional pada persepsi interpersonal	82
	4.1.2 Pengaruh faktor-faktor personal pada persepsi interpersonal	89
	4.1.3 Proses pembentukan kesan	91
	4.1.4 Proses pengelolaan kesan (Impression Management)	96
	4.1.5 Pengaruh persepsi interpersonal pada komunikasi interpersonal	97
	4.2 Konsep diri	99
	4.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri	100
	4.2.2 Pengaruh konsep diri pada komunikasi interpersonal	104
	4.3 Atraksi interpersonal	110
	4.3.1 Faktor-faktor personal yang mempengaruhi atraksi interpersonal	111
	4.3.2 Faktor-faktor situasional yang mempengaruhi atraksi interpersonal	114
	4.3.3 Pengaruh atraksi interpersonal pada komunikasi interpersonal	117
	4.4 Hubungan interpersonal	119
	4.4.1 Teori-teori hubungan interpersonal	120
	4.4.2 Tahap-tahap hubungan interpersonal	124
	4.4.3 Faktor-faktor yang menumbuhkan hubungan interpersonal dalam komunikasi interpersonal	129
Bab	5. Sistem Komunikasi Kelompok	139
	5.1 Kelompok dan pengaruhnya pada perilaku komunikasi	141
	5.1.1 Klasifikasi kelompok	141
	5.1.2 Pengaruh kelompok pada perilaku komunikasi	149
	5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keefektifan Kelompok	159
	5.2.1 Faktor Situasional: Karakteristik Kelompok	160
	5.2.2 Faktor Personal: Karakteristik Anggota Kelompok	166
	5.3 Bentuk-bentuk Komunikasi Kelompok	175
	5.3.1 Komunikasi kelompok deskriptif	175
	5.3.2 Komunikasi kelompok preskriptif	178

Bab	6. Sistem Komunikasi Massa	186
	6.1 Pengertian komunikasi massa	188
	6.1.1 Sistem komunikasi massa versus sistem komunikasi interpersonal	189
	6.1.2 Sejarah penelitian efek komunikasi massa	194
	6.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi reaksi khalayak pada komunikasi massa	202
	6.2.1 Teori DeFleur dan Ball-Rokeach tentang pertemuan dengan media	203
	6.2.2 Pendekatan motivasional dari uses and gratification	204
	6.3 Efek Komunikasi Massa	217
	6.3.1 Efek Kehadiran Media Massa	219
	6.3.2 Efek Kognitif Komunikasi Massa	223
	6.3.3 Efek Afektif Komunikasi Massa	231
	6.3.4 Efek Behavioral Komunikasi Massa	239
Bab	7. Psikologi Komunikator dan Psikologi Pesan	253
	7.1 Psikologi Komunikator	254
	7.2 Psikologi Pesan	267
	7.2.1 Pesan Linguistik	268
	7.2.2 Pesan Nonverbal	286
	7.2.3 Organisasi, Struktur, dan Imbauan Pesan	294
Daftar Rujukan		303



BAB 1

APAKAH PSIKOLOGI KOMUNIKASI ITU?

Our responsibility is less to assume the role of experts and try to apply psychology ourselves than to give it away to the people who really need it — and that includes everyone. The practice of valid psychology by nonpsychologists will inevitably change people's conception of themselves and what they can do. When we have accomplished that, we will really have caused a psychological revolution...

George A. Miller

Pada tahun 1970, di California, seorang ibu berusia 50 tahun melarikan diri dari rumahnya setelah bertengkar dengan suaminya yang berusia 70 tahun. Ia membawa anaknya, gadis berusia 13 tahun. Mereka datang meminta bantuan pada petugas kesejahteraan sosial. Tetapi petugas melihat hal aneh pada anak gadis yang dibawanya. Perilakunya tidak menunjukkan anak yang normal. Tubuhnya bungkuk, kurus kering, kotor, dan menyedihkan. Sepanjang saat ia tidak henti-hentinya meludah. Tidak satu saat pun terdengar bicara. Petugas mengira gadis ini telah dianiaya ibunya. Polisi dipanggil, dan kedua orang tuanya harus berurusan dengan pengadilan. Pada hari sidang, ayah gadis itu membunuh dirinya dengan pistol. Ia meninggalkan catatan, "Dunia tidak akan pernah mengerti."

Mungkin ia benar. Dunia tidak akan mengerti bagaimana mungkin seorang ayah dapat membenci anaknya begitu sangat. Penyelidikan kemudian mengungkapkan bahwa Genie, demikian nama samaran gadis tersebut, melewati masa kecilnya di neraka yang dibuat ayahnya sendiri. Sejak kecilnya ayahnya mengikat Genie dalam sebuah tempat duduk yang ketat. Sepanjang hari ia tidak dapat menggerakkan tangan dan kakinya. Malam hari ia ditempatkan dalam semacam kurungan dari besi. Seringkali ia kelaparan. Tetapi kalau Genie menangis, ayahnya memukulinya. Si ayah

tidak pernah bicara. Si ibu terlalu buta untuk mengurusnya. Kakak laki-laki Genielah akhirnya yang berusaha memberi makan dan minum. Itu pun sesuai dengan perintah ayahnya, harus dilakukan diam-diam, tanpa mengeluarkan suara, Genie tidak pernah mendengar orang bercakap-cakap. Kakaknya dan ibunya sering mengobrol dengan berbisik, karena takut pada ayahnya.

Ketika Genie masuk rumah sakit, ia tidak diketahui apakah dapat berbicara atau mengerti pembicaraan orang. Ia membisu. Kepandaian-nya tidak berbeda dengan anak yang berusia satu tahun. Dunia mungkin tidak akan pernah mengerti. Tetapi ditemukannya Genie telah mengundang rasa ingin tahu para psikolog, linguist, neurolog, dan mereka yang mempelajari perkembangan otak manusia. Genie adalah contoh yang langka tentang seorang anak manusia yang sejak kecil hampir tidak pernah memperoleh kesempatan berkomunikasi. Penemuan Genie menarik perhatian. Genie tidak dibekali keterampilan mengungkapkan pikirannya dalam bentuk lambang-lambang yang dipahami orang lain. Apakah kurangnya keterampilan ini menghambat perkembangan mental lainnya? Apakah sel-sel otak mengalami kelambatan pertumbuhan? Apakah seluruh sistem kognitifnya menjadi lumpuh? Inilah di antara sekian banyak pertanyaan yang menyebabkan Susan Curtis, profesor linguistik di University of California, mencurahkan waktu tujuh tahun untuk meneliti Genie (Pines, 1981).

Buku ini tidak bermaksud mengungkapkan hasil penelitian Susan Curtis. Genie menjadi penting buat kita untuk menunjukkan dua hal. Pertama, komunikasi amat esensial buat pertumbuhan kepribadian manusia. Ahli-ahli ilmu sosial telah berkali-kali mengungkapkan bahwa kurangnya komunikasi akan menghambat perkembangan kepribadian (Davis, 1940; Wasserman, 1924). Antropolog terkenal, Ashley Montagu (1967: 450), dengan tegas menulis: *"The most important agency through which the child learns to be human is communication, verbal also nonverbal."* Kedua, komunikasi amat erat kaitannya dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia. Tidak mengherankan, bahwa komunikasi selalu menarik perhatian peneliti psikologi.

Dilihat dari sejarah perkembangannya, komunikasi memang dibesarkan oleh para peneliti psikologi. Tiga di antara empat orang Bapak Ilmu Komunikasi yang disebut Wilbur Schramm (1980: 73—82) adalah sarjana-sarjana psikologi. Kurt Lewin adalah ahli psikologi dinamika kelompok. Ia memperoleh gelar doktornya dalam asuhan Koffka, Köhler, dan Wertheimer, tokoh-tokoh psikologi Gestalt. Paul Lazarsfeld, pendiri ilmu komunikasi lainnya, adalah psikolog yang banyak dipengaruhi Sigmund

Freud, bapak psikoanalisis. *Carl I. Hovland*, yang definisi komunikasinya banyak dihafal mahasiswa komunikasi di Indonesia, adalah seorang yang dididik dalam psikologi, dan selama hidupnya memilih karir psikologi. Ia pernah menjadi asisten Clark Hull, tokoh psikologi aliran behaviorisme. Menarik sekali bahwa semua aliran besar dalam psikologi diwakili oleh para peletak dasar ilmu komunikasi.

Walaupun demikian, komunikasi bukan subdisiplin dari psikologi. Sebagai ilmu, komunikasi menembus banyak disiplin ilmu. Sebagai gejala perilaku, komunikasi dipelajari bermacam-macam disiplin ilmu, antara lain sosiologi dan psikologi. Bab ini akan menjelaskan pandangan psikologi tentang arti komunikasi, karakteristik pendekatan psikologi komunikasi, dan perbandingan antara filsafat komunikasi, sosiologi komunikasi, dan psikologi komunikasi. Pada akhir bab ini, akan diuraikan secara singkat penggunaan psikologi komunikasi dan isi setiap bab dalam buku ini.

1.1 Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi

Telah banyak dibuat definisi komunikasi. Bila Kroeber dan Kluckhohn (1957) berhasil mengumpulkan 164 definisi kebudayaan, Dance (1970) menghimpun tidak kurang dari 98 definisi komunikasi. Definisi-definisi tersebut dilatarbelakangi berbagai perspektif: mekanistik, sosiologistis, dan psikologistis. 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)"* (1953:12). Dance (1967) mengartikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha "menimbulkan respons melalui lambang-lambang verbal", ketika lambang-lambang verbal tersebut bertindak sebagai stimuli. Raymond S. Ross (1974:b7) mendefinisikan komunikasi sebagai,

"a transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source."

(proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respons yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber.)

Kamus psikologi, *Dictionary of Behavioral Science*, menyebutkan enam pengertian komunikasi:

Communication 1) The transmission of energy change from one place to another as in the nervous system or transmission of sound waves. 2) The

transmission or reception of signals or messages by organisms. 3) The transmitted message. 4) (Communication theory). The process whereby system influences another system through regulation of the transmitted signals. 5) (K. Lewin) The influence of one personal region on another whereby a change in one results in a corresponding change in the other region. 6) The message of a patient to his therapist in psychotherapy. (Wolman, 1973:69).

(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 signal atau pesan oleh organisme. 3) Pesan yang disampaikan. 4) (Teori Komunikasi). Proses yang dilakukan satu sistem untuk mempengaruhi sistem yang lain melalui pengaturan signal-signal yang disampaikan. 5) (K. Lewin). Pengaruh satu 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.)

Daftar pengertian di atas menunjukkan rentangan makna komunikasi sebagaimana digunakan dalam dunia psikologi. Bila diperhatikan, dalam psikologi, komunikasi mempunyai makna yang luas, meliputi segala penyampaian energi, gelombang suara, tanda di antara tempat, sistem atau organisme. Kata komunikasi sendiri dipergunakan 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 di antara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara organisme. Ketika Anda membaca buku ini, retina mata Anda, yang terdiri dari 12 juta sel saraf lebih, bereaksi pada cahaya dan menyampaikan pesan pada cabang-cabang saraf yang menyambungkan mata dengan saraf optik. Saraf optik menyambungkan impuls-impuls saraf itu ke otak. Sepuluh sampai 14 juta sel saraf pada otak Anda, disebut *neuron*, dirangsang oleh impuls-impuls yang datang. Terjadilah proses persepsi yang menakjubkan. Bagian luar neuron, *dendrit*, adalah penerima informasi. *Soma* mengolah informasi dan menggabungkannya. *Axon* adalah kabel miniatur yang menyampaikan informasi dari alat indera ke otak, otak ke otot, atau dari neuron yang satu kepada yang lain. Di ujung axon terdapatlah serangkaian knop (terminal knobs) yang melanjutkan informasi itu. Psikolog menyebut proses ini komunikasi. Prosesnya memang tidak berbeda dengan sistem telekomunikasi dengan terminal-terminal relay dan dilengkapi dengan komputer. Otak manusia sendiri adalah komputer yang mampu menyimpan 280 quintillion (280 ditambah 18 angka nol) bit informasi. (Hunt, 1982:85).

Tetapi psikologi tidak hanya mengulas komunikasi di antara neuron.

Psikologi mencoba menganalisa seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Pada diri komunikan*, psikologi memerikan karakteristik manusia komunikan serta faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi perilaku komunikasinya. Pada komunikator, psikologi melacak sifat-sifatnya dan bertanya: Apa yang menyebabkan satu sumber komunikasi berhasil dalam mempengaruhi orang lain, sementara sumber komunikasi yang lain tidak?

Psikologi juga tertarik pada komunikasi di antara individu: bagaimana pesan dari seorang individu menjadi stimulus yang menimbulkan respons pada individu yang lain. Psikologi bahkan meneliti lambang-lambang yang disampaikan. Psikologi meneliti proses mengungkapkan pikiran menjadi lambang, bentuk-bentuk lambang, dan pengaruh lambang terhadap perilaku manusia. Penelitian ini melahirkan ilmu blasteran antara psikologi dan linguistik, psikolinguistik.

Pada saat pesan sampai pada diri komunikator, psikologi melihat ke dalam proses penerimaan pesan, menganalisa faktor-faktor personal dan situasional yang mempengaruhinya, dan menjelaskan berbagai corak komunikasi ketika sendirian atau dalam kelompok.

Akhir-akhir ini dunia psikoterapi, teknik penyembuhan jiwa, mengenal metode baru: *komunikasi terapeutik* (therapeutic communication). Dengan metode ini, seorang terapis mengarahkan komunikasi begitu rupa sehingga pasien dihadapkan pada situasi dan pertukaran pesan yang dapat menimbulkan hubungan sosial yang bermanfaat. Komunikasi terapeutik memandang gangguan jiwa bersumber pada gangguan komunikasi, pada ketidakmampuan pasien untuk mengungkapkan dirinya. Pendeknya, meluruskan jiwa orang diperoleh dengan meluruskan caranya berkomunikasi (Ruesch 1973).

Buku ini tidak akan mengulas komunikasi terapeutik, yang memerlukan buku tersendiri. Di sini, setelah kita mengulas karakteristik manusia komunikan, kita akan membicarakan komunikasi dalam diri manusia, walaupun lebih membatasi diri pada proses persepsi daripada komunikasi antara neuron, pada sistem memori dan berpikir daripada sistem saraf. Ini akan kita ulas dalam sistem *komunikasi intrapersonal*. Komunikasi di antara individu dibatasi pada komunikasi manusiawi. Psikologi sebenarnya banyak mempelajari komunikasi di antara binatang, binatang dengan manusia, atau manusia dengan mesin. Tetapi di sini anda tidak akan

*) Komunikan di sini diartikan setiap peserta komunikasi. Saya yang menulis buku, dan Anda yang membaca buku ini, sama-sama menjadi komunikan. Komunikan dapat menjadi komunikator, yang memulai komunikasi, atau *komunikate*, yang menerima komunikasi.

menemui uraian bagaimana Washoe, seekor simpanse, belajar bahasa isyarat, American Sign Language (Gardner dan Gardner, 1971), atau Sarah, simpanse lainnya, belajar membaca dan menulis dengan menggunakan potongan-potongan plastik (Premack dan Premack, 1972). Di sini Anda diperkenalkan hanya dengan komunikasi antara manusia yang diuraikan dalam bab *sistem komunikasi interpersonal*. Sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi, kita akan membicarakan komunikasi massa. Dari segi psikologi, apa yang membedakan komunikasi massa dari komunikasi interpersonal? Bagaimana efek komunikasi massa terhadap perubahan kognitif, afektif, dan behavioral khalayaknya? Betulkah komunikasi massa cukup perkasa untuk membentuk khalayak sekehendaknya? Apakah komunikasi massa itu "nabi" yang mendatangkan rahmat atau "iblis" yang menyebarkan laknat?

Akhirnya, komunikasi boleh ditujukan untuk memberikan informasi, menghibur, atau mempengaruhi. Yang ketiga, lazim disebut komunikasi persuasif, amat erat kaitannya dengan psikologi. Persuasif sendiri dapat didefinisikan sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologis. Walaupun persuasif merupakan bidang yang memerlukan buku tersendiri, kita akan membicarakannya, walaupun tidak mendalam.

Ketika komunikasi dikenal sebagai proses mempengaruhi orang lain, disiplin-disiplin yang lain menambah perhatian yang sama besarnya seperti psikologi. Para ilmuwan dengan berbagai latar belakang ilmunya, dilukiskan George A. Miller sebagai "*participating in and contributing to one of the great intellectual adventures of the twentieth century*" (ikut serta dalam dan bersama-sama memberikan sumbangan pada salah satu petualangan intelektual besar pada abad kedua puluh). Komunikasi, begitu ujar George A. Miller selanjutnya, telah menjadi "*one of the principal preoccupation of our time*" (salah satu kesibukan utama pada zaman ini). Bila berbagai disiplin mempelajari komunikasi, apa yang membedakan pendekatan psikologis dengan pendekatan yang lain? Dengan kata lain, adakah ciri khas pendekatan psikologis, sehingga kata "psikologi komunikasi" dapat dipertanggungjawabkan?

1.2 Ciri Pendekatan Psikologi Komunikasi

Dahulu, kata Wilbur Schramm (1980), 5000 tahun yang lalu, di sebelah timur Laut Mati ada sebuah desa, Bab elh-Dhra. Selama berabad-abad, desa ini menjadi persinggahan musafir padang pasir, karena airnya yang terkenal. Kira-kira tahun 3000 s.M., beberapa keluarga pindah ke Bab

elh-Dhra dan mendirikan perkampungan pertanian yang pertama. Ribuan tahun perkampungan ini berdiri sampai akhirnya hilang dari sejarah manusia. Yang tinggal hanyalah petilasan dan peninggalannya. Komunikasi, seperti Bab elh-Dhra, ramai dikunjungi bermacam-macam sarjana. Tetapi umumnya mereka hanya tinggal saja, seperti musafir padang pasir, lalu melanjutkan perjalanannya masing-masing. Komunikasi begitu esensial dalam masyarakat manusia sehingga setiap orang yang belajar tentang manusia mesti sekali waktu menolehnya. Komunikasi telah ditelaah dari berbagai segi: antropologi, biologi, ekonomi, sosiologi, linguistik, psikologi, politik, matematik, *engineering*, neurofisiologi, filsafat, dan sebagainya (Budd dan Ruben, 1972).

Yang agak menetap mempelajari komunikasi adalah sosiologi, filsafat, dan psikologi. Sosiologi mempelajari interaksi sosial. Interaksi sosial harus didahului oleh kontak dan komunikasi. Karena itu, setiap buku sosiologi harus menyinggung komunikasi. Dalam dunia modern, komunikasi bukan saja mendasari interaksi sosial. Teknologi komunikasi telah berkembang begitu rupa sehingga tidak ada satu masyarakat modern yang mampu bertahan tanpa komunikasi. De Fleur, D'Antonio, dan De Fleur (1977:409) menulis,

To understand the organization and functioning of a group so complex as a whole society, we need to examine the communication system at all its various levels. One of these levels, *mass communication*, presumes the use of mechanical and electronic devices. As modern societies have grown larger and more complex, they have come to rely upon such media to achieve certain group goals, such as spreading the news, presenting mass entertainment, selling goods, engineering political consent, and so on. Sociologists are vitally interested in the way in which different types of societies have developed distinctive systems of mass communication for pursuing these goals.

(Untuk memahami organisasi dan berfungsinya kelompok yang sekompleks masyarakat, kita perlu meneliti sistem komunikasi pada seluruh tingkatannya. Salah satu tingkatannya, *komunikasi massa*, mengisyaratkan penggunaan alat-alat mekanis dan elektronis. Ketika masyarakat modern tumbuh lebih besar dan lebih kompleks, media tersebut makin diandalkan untuk mencapai tujuan kelompok tertentu seperti menyebarkan berita, menyajikan hiburan massa, menjual barang, mengarahkan kesepakatan politik, dan sebagainya. Para ahli sosiologi sangat tertarik pada cara bagaimana berbagai corak masyarakat mengembangkan sistem komunikasi massa tertentu untuk mencapai tujuan mereka.)

Kutipan di atas agak panjang untuk melukiskan ciri khas pendekatan sosiologi. Sosiologi mempelajari komunikasi dalam konteks interaksi sosial, dalam mencapai tujuan-tujuan kelompok. Ini tampak jelas dari beberapa definisi komunikasi yang menggunakan perspektif sosiologi. Colin Cherry (1964) mendefinisikan komunikasi sebagai "usaha untuk mem-

buat satuan sosial dari individu dengan menggunakan bahasa atau tanda. Memiliki bersama serangkaian peraturan untuk berbagai kegiatan mencapai tujuan". Harnack dan Fest (1964) menganggap komunikasi sebagai "proses interaksi di antara orang untuk tujuan integrasi intrapersonal dan interpersonal". Edwin Neuman juga (1948) mendefinisikan komunikasi sebagai "proses untuk mengubah kelompok manusia menjadi kelompok yang berfungsi". Aliran sosiologi yang banyak mewarnai studi komunikasi ialah aliran *interaksi simbolik* (Blumer, 1969).

Filsafat sudah lama menaruh perhatian pada komunikasi, sejak kelompok Sophist yang menjual retorika pada orang-orang Yunani. Aristoteles sendiri menulis *De Arte Rhetorika*. Tetapi filsafat tidak melihat komunikasi sebagai alat untuk memperkokoh tujuan kelompok, seperti pandangan sosiologi. Filsafat meneliti komunikasi secara kritis dan dialektis. Filsafat mempersoalkan apakah hakikat manusia komunikan, dan bagaimana ia menggunakan komunikasi untuk berhubungan dengan realitas lain di alam semesta ini; apakah kemampuan berkomunikasi ditentukan oleh sifat-sifat jiwa manusia atau oleh pengalaman; bagaimana proses komunikasi berlangsung sejak kognisi, ke afeksi, sampai perilaku; apakah medium komunikasi merupakan faktor sentral dalam proses penilaian manusia; dan sebagainya. Bila sosiologi melihat posisi komunikasi sebagai integrator sosial, filsafat melihat posisi komunikasi dalam hubungan timbal balik antara manusia dan alam semesta. Kaum fenomenologi, misalnya, melihat pesan sebagai objek kesadaran yang dinamis. Pesan ditelaah dengan menghubungkannya pada kondisi-kondisi empiris yang menjadi konteks pesan tersebut (Lanigan, 1979).

Psikologi juga meneliti kesadaran dan pengalaman manusia. Psikologi terutama mengarahkan perhatiannya pada perilaku manusia dan mencoba menyimpulkan proses kesadaran yang menyebabkan terjadinya perilaku itu. Bila sosiologi melihat komunikasi pada interaksi sosial, filsafat pada hubungan manusia dengan realitas lainnya, psikologi pada perilaku individu komunikan.

Fisher menyebut empat ciri pendekatan psikologi pada komunikasi: penerimaan stimuli secara indrawi (*sensory reception of stimuli*), proses yang mengantarai stimuli dan respons (*internal mediation of stimuli*), prediksi respons (*prediction of response*), dan peneguhan respons (*reinforcement of responses*). Psikologi melihat komunikasi dimulai dengan dikenainya masukan kepada organ-organ penginderaan kita yang berupa data. Stimuli berbentuk orang, pesan, suara, warna — pokoknya segala hal yang mempengaruhi kita. Ucapan, "Hai, apa kabar", merupakan satuan stimuli yang terdiri dari berbagai stimuli: pemandangan, suara, pen-

ciuman, dan sebagainya. Stimuli ini kemudian diolah dalam jiwa kita — dalam "kotak hitam" yang tidak pernah kita ketahui. Kita hanya mengambil kesimpulan tentang proses yang terjadi pada "kotak hitam" dari respons yang tampak. Kita mengetahui bahwa bila ia tersenyum, tepuk tangan, dan meloncat-loncat, pasti ia dalam keadaan gembira.

Psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respons yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respons yang akan datang. Kita harus mengetahui sejarah respons sebelum meramalkan respons individu masa ini. Dari sinilah timbul perhatian pada *gudang memori* (memory storage) dan *set* (penghubung masa lalu dan masa sekarang). Salah satu unsur sejarah respons ialah *peneguhan*. Peneguhan adalah respons lingkungan (atau orang lain pada respons organisme yang asli). Bergera dan Lambert menyebutnya *feedback* (umpan balik). Fisher tetap menyebutnya *peneguhan* saja (Fisher, 1978: 136—142).

Walaupun tampak kental sekali warna behaviorisme pada uraian Fisher — seperti yang diakuinya sendiri — ia telah menunjukkan keunikan pendekatan psikologi, di samping secara tidak langsung menjelaskan cakupan psikologi.

Belum ada kesepakatan tentang cakupan psikologi. Ada yang beranggapan psikologi hanya tertarik pada *perilaku* yang tampak saja, sedangkan yang lain tidak dapat mengabaikan *peristiwa-peristiwa mental*. Sebagian psikolog hanya ingin *memeriksa* apa yang dilakukan orang; sebagian lagi ingin *meramalkan apa yang akan dilakukan* orang; sebagian lagi menyatakan bahwa psikologi baru dikatakan sains bila sudah mampu *mengendalikan* perilaku orang lain. Daripada repot memilih pendapat yang paling benar, George A. Miller membantu kita membuat definisi psikologi yang mencakup semuanya: *Psychology is the science that attempts to describe, predict, and control mental and behavioral events* (Miller, 1974:4). Dengan demikian, psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan behavioral dalam komunikasi. Peristiwa mental adalah — apa yang disebut Fisher — "internal mediation of stimuli", sebagai akibat berlangsungnya komunikasi. Peristiwa behavioral adalah apa yang nampak ketika orang berkomunikasi.

Komunikasi adalah peristiwa sosial — peristiwa yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia yang lain. Mencoba menganalisa peristiwa sosial secara psikologis membawa kita pada *psikologi sosial*. Memang, bila ditanyakan di mana letak psikologi komunikasi, kita cenderung meletakkannya sebagai *bagian dari psikologi sosial*. Karena itu, pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi.

Buku pertama tentang psikologi sosial, yakni *Social Psychology* tulisan E. A. Ross, mendefinisikan psikologi sosial sebagai ilmu "yang berusaha memahami dan menguraikan keseragaman dalam perasaan, kepercayaan, atau kemauan — juga tindakan — yang diakibatkan oleh interaksi sosial" (dikutip dari Dewey, 1967:3). Sejak itu, puluhan definisi psikologi sosial muncul (sebagaimana yang biasa terjadi pada setiap disiplin ilmu). Salah satu definisi mutakhir (Kaufmann, 1973:6) menyebutkan:

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

[Psikologi sosial adalah usaha untuk memahami, menjelaskan, dan meramalkan bagaimana pikiran, perasaan, dan tindakan individu dipengaruhi oleh apa yang dianggapnya sebagai pikiran, perasaan, dan tindakan orang lain (yang kehadirannya boleh jadi sebenarnya, dibayangkan, atau disiratkan).]

Bila individu-individu berinteraksi dan saling mempengaruhi, maka terjadilah (1) proses belajar yang meliputi aspek kognitif dan afektif (aspek berpikir dan aspek merasa), (2) proses penyampaian dan penerimaan lambang-lambang (komunikasi), dan (3) mekanisme penyesuaian diri seperti sosialisasi, permainan peranan, identifikasi, proyeksi, agresi, dan sebagainya.

Ketiga proses sosial ini tampak pada rekaman percakapan antara seorang petugas Keluarga Berencana dengan seorang calon akseptor, yang kebetulan berpendidikan tinggi.

Petugas KB : Pak, betapapun sungguh-sungguhnya pemerintah meningkatkan kesejahteraan rakyat, kalau penduduk bertambah seperti kelin-ci, mana tahan!

Calon Akseptor: Apa hubungannya kesejahteraan rakyat dengan pertambahan penduduk?

Petugas KB: Jelas sekali. Makin banyak penduduk, makin banyak mulut harus diberi makan. Bila produksi anak lebih besar dari produksi makanan, kelaparan akan terjadi. Lihat, negara yang padat penduduknya pasti negara miskin.

Calon Akseptor: Ha ... ha ... ha. Itu argumen kuno. Ketinggalan zaman. Dengarkan, kelaparan terjadi di Bolivia dengan kepadatan penduduk 5 orang per km², di Indonesia dengan kepadatan penduduk 172 orang per km², tetapi tidak terjadi di negeri Belanda dengan kepadatan penduduk 326 orang per km².

Petugas KB: (terkejut. Tidak pernah mendengar keterangan itu dari atasannya): Tetapi, Pak, di Indonesia pertambahan penduduk terlalu cepat, sedangkan tanah pertanian makin berkurang. Pertambahan

penduduk juga menuntut tambahnya sekolah, lapangan pekerjaan, lahan pertanian, dan sebagainya.

Calon Akseptor: Nah, beper toh? Yang diperlukan bukan kondom, pil, atau spiral, tetapi sekolah, lapangan pekerjaan, dan sebagainya.

Petugas KB: Sekarang ini, pembangunan kita belum sanggup mengadakannya. Kita dapat juga menambah sekolah-sekolah baru, tapi kalau untuk pertambahan 10 sekolah, lahir 10 juta bayi, bagaimana Pak?

Calon Akseptor: Bukan begitu, bagaimana kalau untuk setiap pertambahan 10 juta bayi, dihabiskan oleh kelompok tertentu 10 juta hektar hutan, 10 juta dolar pinjaman, dan 10 juta mil lautan?

Petugas KB: Wah . . . itu prasangka. Bapak menuduh pemerintah yang bukan-bukan. Bapak harus berpikir untuk masa kini, Pak. Dengan rata-rata gaji enam puluh ribu rupiah sebulan, bagaimana kita dapat memelihara dengan baik lebih dari tiga orang anak.

Obrolan ini kita gunting di sini. Ada dua orang berinteraksi. Petugas KB bermaksud mengajarkan betapa pentingnya KB, tetapi belajar — dengan terkejut — bahwa ajarannya dibantah. Di sini terjadi proses belajar. Proses perdebatan itu sendiri merupakan proses pertukaran lambang, sebagian dipahami sama, sebagian besar tidak. Ini proses komunikasi. Tetapi, ketika calon akseptor menuduh petugas KB kuno, dan petugas mencela calon akseptor sebagai berprasangka, terjadi proses mekanisme penyesuaian yang disebut agresi.

Bagaimana psikologi komunikasi menganalisa peristiwa-peristiwa semacam yang dicontohkan di atas? Kita melihat reaksi terhadap percakapan di atas akan beraneka ragam. Orang dapat meninjau logika yang digunakan kedua belah pihak. Yang lain memperhatikan di pihak mana ia berada. Seorang psikolog komunikasi akan menggunakan pendekatan yang berbeda.

Pertama, ia menyingkirkan semua sikap memihak dan semua usaha menilai secara normatif (mana yang benar, mana yang salah). Ia akan mencari *prinsip-prinsip* umum yang menjelaskan pendekatan di atas. Prinsip itu dinyatakan dengan rumus: Bila *X*, maka *Y*. Bila terjadi keadaan tertentu, maka timbul perilaku tertentu. Dalam contoh di atas, bila kedua belah pihak mempunyai kerangka rujukan (*frame of reference*) yang berbeda, maka perbedaan pendapat akan makin meruncing. Atau bila satu pihak menunjukkan superioritas, maka pihak yang lain akan melakukan komunikasi yang defensif (lihat perihal komunikasi defensif pada Bab 4). Pernyataan-pernyataan ini menunjukkan hubungan *sebab dan akibat*, yakni suatu *hipotesis* atau *teori*.

Kedua, ketika merumuskan prinsip-prinsip umum, psikolog komuni-

kasi harus menguraikan kejadian menjadi *satuan-satuan kecil untuk dianalisa*. Dalam contoh di atas, ia dapat melihat komunikator dan menganalisa karakteristiknya sebagai sumber informasi. Ia dapat meneliti kerangka rujukan yang dipakai kedua belah pihak. Ia dapat pula melacak pola komunikasi interpersonal yang dilakukannya. Atau ia memusatkan perhatian pada proses penyandian (encoding) pesan yang terjadi. Memilih segmen-segmen tertentu memang tidak menceritakan seluruhnya. Tetapi dengan cara ini, teori dapat diuji pada situasi yang lain. Dampak sikap superior dapat diulangi dalam satu eksperimen. Betulkah bila saya "menggurui" orang lain, ia pun akan "menggurui" saya pula? Tanpa segmentasi, kita tidak mungkin mengulang seluruh situasi percakapan itu sekali lagi.

Ketiga, psikolog komunikasi berusaha memahami peristiwa komunikasi dengan menganalisa keadaan internal (internal state), "suasana batiniah" individu. Bila sosiolog memusatkan perhatian pada struktur sosial yang mempengaruhi tingkah laku; ahli bahasa pada tata bahasa, tata kalimat, dan makna kata; biolog pada komposisi fisik dan organis manusia; maka psikolog pada perasaan, motif, atau cara individu mendefinisikan situasi yang dihadapinya. Psikolog mencoba "menyingkapkan" apa yang tersembunyi di balik layar panggung komunikasi. Psikologi adalah detektif yang mencari "penjahat" yang bertanggung jawab atas terjadinya peristiwa yang menarik. Tetapi, betulkah psikologi komunikasi menarik? Bilamana psikologi komunikasi dipergunakan?

1.3 Penggunaan Psikologi Komunikasi

Komunikasi Efektif. Seperti dinyatakan Ashley Montagu di atas, kita belajar menjadi manusia melalui komunikasi. Anak kecil hanyalah seonggok daging sampai ia belajar mengungkapkan perasaan dan kebutuhannya melalui tangisan, tendangan, atau senyuman. Segera setelah ia berinteraksi dengan orang-orang di sekitarnya, terbentuklah perlahan-lahan apa yang kita sebut kepribadian. Bagaimana ia menafsirkan pesan yang disampaikan orang lain dan bagaimana ia menyampaikan pesannya kepada orang lain, menentukan kepribadiannya. Manusia bukan dibentuk oleh lingkungan, tetapi oleh caranya menerjemahkan pesan-pesan lingkungan yang diterimanya. Wajah ramah seorang ibu akan menimbulkan kehangatan bila diartikan si anak sebagai ungkapan kasih-sayang. Wajah yang sama akan melahirkan kebencian bila anak memahaminya sebagai usaha ibu tiri untuk menarik simpati anak yang ayahnya telah ia rebut.

Kepribadian terbentuk sepanjang hidup kita. Selama itu pula komunikasi menjadi penting untuk pertumbuhan pribadi kita. Melalui komunikasi kita menemukan diri kita, mengembangkan konsep diri, dan menetapkan hubungan kita dengan dunia di sekitar kita. Hubungan kita dengan orang lain akan menentukan kualitas hidup kita. Bila orang lain tidak memahami gagasan Anda, bila pesan Anda menjengkelkan mereka, bila Anda tidak berhasil mengatasi masalah pelik karena orang lain menentang pendapat Anda dan tidak mau membantu Anda, bila semakin sering Anda berkomunikasi semakin jauh jarak Anda dengan mereka, bila Anda selalu gagal untuk mendorong orang lain bertindak, Anda telah *gagal* dalam komunikasi. Komunikasi Anda tidak *efektif*.

Bagaimana tanda-tanda komunikasi yang efektif? Komunikasi yang efektif — menurut *Stewart L. Tubbs* dan *Sylvia Moss* (1974:9—13) — paling tidak menimbulkan lima hal: *pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan.*

Pengertian

Pengertian artinya penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksud oleh komunikator. Menurut cerita, seorang pimpinan pasukan VOC bermaksud menghormati seorang pangeran Madura. Untuk itu, dipegangnya tangan sang permaisuri dan diciumnya. Sang pangeran marah. Ia mencabut kerisnya, menusuk Belanda itu dan terjadilah bertahun-tahun perang VOC dengan penduduk Madura, sehingga ribuan korban jatuh. Kita tidak tahu apakah cerita itu benar atau tidak, tetapi betapa sering kita bertengkar hanya 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)*. Untuk menghindari hal ini kita perlu memahami paling tidak psikologi pesan dan psikologi komunikator (dijelaskan pada Bab 7)

Kesenangan

Tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan informasi dan membentuk pengertian. Ketika kita mengucapkan "Selamat pagi, apa kabar?", kita tidak bermaksud mencari keterangan. Komunikasi itu hanya dilakukan untuk mengupayakan agar orang lain merasa apa yang disebut Analisis Transaksional sebagai "Saya Oke — Kamu Oke". Komunikasi ini lazim disebut *komunikasi fatis (phatic communication)*, dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan. Komunikasi inilah yang menjadikan hubungan kita hangat, akrab, dan menyenangkan. Ini memerlukan psikologi tentang sistem komunikasi interpersonal (dibahas pada Bab 4).

Mempengaruhi Sikap

Paling sering kita melakukan komunikasi untuk mempengaruhi orang lain. Khatib ingin membangkitkan sikap beragama dan mendorong jemaah beribadah lebih baik. Politisi ingin menciptakan citra yang baik pada pemilihnya, bukan untuk masuk surga, tetapi untuk masuk DPR dan menghindari masuk kotak. Guru ingin mengajak muridnya lebih mencintai ilmu pengetahuan. Pemasang iklan ingin merangsang selera konsumen dan mendesaknya untuk membeli. Sering jejak ingin meyakinkan pacarnya bahwa ia cukup "bonafid" untuk mencintai dan dicintai. Semua ini adalah komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif memerlukan pemahaman tentang faktor-faktor pada diri komunikator, dan pesan yang menimbulkan efek pada komunikan. (lihat Bab 7). Persuasi didefinisikan sebagai "proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri" (*Kamus Ilmu Komunikasi*, 1979). Para psikolog memang sering bergabung dengan komunikolog justru pada bidang persuasi.

Hubungan Sosial yang Baik

Komunikasi juga ditujukan untuk menumbuhkan hubungan sosial yang baik. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak tahan hidup sendiri. Kita ingin berhubungan dengan orang lain secara positif. Abraham Maslow (1980:80—92) menyebutnya "kebutuhan akan cinta" atau "*belongingness*". William Schutz (1966) memerinci kebutuhan sosial ini ke dalam tiga hal *inclusion, control, affection*. Kebutuhan sosial adalah kebutuhan untuk menumbuhkan dan mempertahankan hubungan yang memuaskan dengan orang lain dalam hal interaksi dan asosiasi (inclusion), pengendalian dan kekuasaan (control), dan cinta serta kasih sayang (affection). Secara singkat, kita ingin bergabung dan berhubungan dengan orang lain, kita ingin mengendalikan dan dikendalikan, dan kita ingin mencintai dan dicintai. Kebutuhan sosial ini hanya dapat dipenuhi dengan komunikasi interpersonal yang efektif. Dewasa ini para ilmuwan sosial, filsuf, dan ahli agama sering berbicara tentang alienasi — merasa terasing, kesepian, dan kehilangan keakraban — pada manusia modern. "*Instead of affection, acceptance, love, and joy resulting from being with others, many people feel alone, rejected, ignored, and unloved*", tulis William D. Brooks dan Philip Emmert (1977:5)

Bila orang gagal menumbuhkan hubungan interpersonal, apa yang terjadi? Banyak — kata Vance Packard (1974). Ia akan menjadi agresif, senang berkhayal, "dingin", sakit fisik dan mental, dan menderita "*flight*

syndrome" (ingin melarikan diri dari lingkungannya). Packard mengutip penelitian Philip G. Zimbardo tentang hubungan antara anonimitas dengan agresi. Zimbardo menyimpan dua buah mobil bekas di dua tempat: wilayah Bronx di New York, dan Palo Alto di California. Daerah yang pertama terletak di kota besar, di mana terdapat tingkat anonimitas yang tinggi. Yang kedua adalah kota kecil, di mana orang saling mengenal dengan baik. Zimbardo ingin mengetahui apa yang akan terjadi pada mobil-mobil itu. Di Palo Alto mobil itu tidak disentuh orang selama satu minggu, kecuali pada waktu turun hujan; seorang pejalan kaki menutupkan kap mobil agar air hujan tidak membasahi mesin di dalam. Di wilayah Bronx dalam beberapa jam saja, di siang hari bolong, beberapa orang dewasa ramai-ramai mencopoti bagian-bagian mobil yang dapat digunakan di hadapan orang lain. Tidak ada yang mencoba mencegah perbuatan itu. Tahap berikutnya lebih menarik lagi. Anak-anak kecil mulai menghancurkan jendela depan dan belakang. Berikutnya, beberapa orang dewasa yang berpakaian perlente merusak apa yang masih bisa dirusak. Dalam tempo kurang dari tiga hari, mobil itu sudah menjadi ongkongan besi tua yang menyedihkan.

Zimbardo berteori, anonimitas menjadikan orang agresif, senang mencuri dan merusak, di samping kehilangan tanggungjawab sosial. Lalu, apa yang menyebabkan anonimitas? Kita menduganya pada kegagalan komunikasi interpersonal dalam menumbuhkan hubungan sosial yang baik. Bila kegagalan untuk menimbulkan pengertian disebut kegagalan komunikasi primer, gangguan hubungan manusiawi yang timbul dari salah-pengertian adalah *kegagalan komunikasi sekunder (secondary breakdown)*. 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 (dijelaskan pada Bab 4).

Tindakan

Di atas kita telah membicarakan persuasi sebagai komunikasi untuk mempengaruhi sikap. Persuasi juga ditujukan untuk melahirkan tindakan yang dihendaki. Komunikasi untuk menimbulkan pengertian memang sukar, tetapi lebih sukar lagi mempengaruhi sikap. Jauh lebih sukar lagi mendorong orang bertindak. Tetapi efektivitas komunikasi biasanya diukur dari tindakan nyata yang dilakukan komunikate. Kampanye KB berhasil bila akseptor mulai menyediakan diri untuk dipasang AKDR (Alat Kontrasepsi Dalam Rahim). Propaganda suatu partai politik efektif bila sekian juta memilih mencoblos lambang parpol itu. 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 atau menumbuhkan hubungan yang baik. Tindakan adalah hasil kumulatif seluruh proses komunikasi. Ini bukan saja memerlukan pemahaman tentang seluruh mekanisme psikologis yang terlibat dalam proses komunikasi, tetapi juga faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia.

Bab berikutnya akan menguraikan faktor-faktor ini sebagai dasar untuk pembicaraan selanjutnya.

BAB 2

KARAKTERISTIK MANUSIA KOMUNIKAN

Because man's being is made of such strange stuff as
to be partly akin to nature and partly not, at once
natural and extranatural, a kind of ontological
centaur, half immersed in nature, half
transcending it.

José Ortega y Gasset

Di Yunani, sejak abad VI s.M., terkenal sebuah tempat pemujaan Apollo di Delphi. Ke tempat inilah raja-raja dan rakyat banyak meminta nasihat. Seorang pendeta wanita duduk di atas kursi yang dipenuhi asap dari sajian pemujaan. Dalam keadaan "fana" (trance), ia menjawab pertanyaan-pertanyaan pengunjung — dari masalah kontes lagu sampai urusan agama dan politik. Ketika penjahat-penjahat di koloni Locri meminta nasihat bagaimana mengatasi kekacauan, orakel Delphi menjawab: "Buat hukum bagimu." Ketika orang-orang bertanya siapa manusia yang paling bijak, dewa Apollo melalui mulut pendeta Delphi menjawab: "Socrates". Dari Delphi menyebar motto yang terkenal: *Gnothi Seauthon (Kenallilah Dirimu)*.

Motto ini mengusik para filusuf untuk mencoba memahami dirinya, sehingga — kabarnya — motto inilah yang mendorong berkembangnya filsafat di Yunani. *Gnothi Seauthon — Kenallilah Dirimu!* Ternyata motto ini masih tetap relevan buat kita, sebelum kita lebih banyak bercerita tentang komunikasi. Pemeran utama dalam proses komunikasi adalah manusia. Sebagai psikolog, kita memandang komunikasi justru pada perilaku manusia komunikan. Tugas ahli linguistiklah untuk membahas komponen-komponen yang membentuk struktur pesan. Tugas ahli tekniklah untuk menganalisa berapa banyak "noise" terjadi di jalan sebelum pesan sampai pada komunikee, dan berapa banyak pesan yang hilang. Psikolog mulai masuk ketika membicarakan bagaimana manusia memproses pesan yang diterimanya, bagaimana cara berpikir dan cara

melihat manusia dipengaruhi oleh lambang-lambang yang dimiliki. Fokus psikologi komunikasi adalah *manusia komunikasi*. Karena itu, penting lebih dahulu kita mengenal diri kita, mencoba menjawab: Makhluk apa kita ini? Faktor-faktor apa yang mengendalikan perilaku kita?

Bab ini akan membicarakan konsepsi psikologi tentang manusia — suatu landasan teoretis untuk studi-studi psikologi komunikasi selanjutnya. Segera setelah itu, bab ini akan membicarakan faktor-faktor personal dan situasional yang mempengaruhi perilaku manusia.

2.1 Konsepsi Psikologi tentang Manusia

Banyak teori dalam ilmu komunikasi dilatarbelakangi konsepsi-konsepsi psikologi tentang manusia. Teori-teori persuasi sudah lama menggunakan konsepsi psikoanalisis yang melukiskan manusia sebagai makhluk yang digerakkan oleh keinginan-keinginan terpendam (*Homo Volens*). Teori "jarum hipodermik" (yang menyatakan media massa sangat berpengaruh) dilandasi konsepsi behaviorisme yang memandang manusia sebagai makhluk yang digerakkan semauanya oleh lingkungan (*Homo Mechanicus*). Teori pengolahan informasi jelas dibentuk oleh konsepsi psikologi kognitif yang melihat manusia sebagai makhluk yang aktif mengorganisasikan dan mengolah stimuli yang diterimanya (*Homo Sapiens*). Teori-teori komunikasi interpersonal banyak dipengaruhi konsepsi psikologi humanistik yang menggambarkan manusia sebagai pelaku aktif dalam merumuskan strategi transaksional dengan lingkungannya (*Homo Ludens*).

"Psychological considerations constrain the field because at least an implicit (often explicit) model of man underlies studies of communication," tulis Walter Weimer (1978:57)

Walaupun psikologi telah banyak melahirkan teori-teori tentang manusia, tetapi empat pendekatan yang dicontohkan di atas adalah yang paling dominan: *psikoanalisis, behaviorisme, psikologi kognitif, dan psikologi humanistik*. Setiap pendekatan ini memandang manusia dengan cara berlainan. Kita tidak akan mengulas teori mana yang paling kuat. Karakteristik manusia tampaknya merupakan sintesis dari keempat pendekatan itu. Sekali waktu ia menjadi makhluk yang secara membuta menuruti kemauannya, pada waktu yang lain ia menjadi makhluk yang berpikir logis. Rada-satu saat ia menyerah bulat-bulat pada proses pelaziman (conditioning) yang diterimanya dari lingkungan, pada saat lain ia berusaha mewarnai lingkungannya dengan nilai-nilai kemanusiaan yang dimilikinya. Karena itu, sebagaimana para pendiri ilmu komunikasi mewakili berbagai

aliran besar dalam psikologi, buku ini pun akan berusaha menggabungkan semua pendekatan itu. Hubungan antara keempat teori itu dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
EMPAT TEORI PSIKOLOGI

Teori	Konsep tentang Manusia	Tokoh-tokohnya	Kontribusi pada psikologi Sosial
Psikoanalisis	Homo Volens (Manusia berkeinginan)	Freud, Jung, Adler, Abraham, Horney, Blom	Perkembangan kepribadian, Sosialisasi, Identifikasi, Agresi, Kebudayaan & perilaku
Kognitif	Homo Sapient (Manusia berpikir)	Lewin, Heider, Festinger, Piaget, Kohlberg	Sikap Bahasa dan berpikir, Dinamika Kelompok, Propaganda
Behaviorisme	Homo Mechanicus (Manusia mesin)	Hull, Mielec & Dollard, Rotter, Skinner, Bandura	Persepsi Interpersonal, Konsep Diri, Eksperimen Sosialisasi, Kontrol Sosial, Ganjaran dan Hukuman
Humanisme	Homo Ludens (Manusia bermain)	Rogers, Combs & Shygg, Maslow, May, Satir, Perls	Konsep Diri, Transaksi Interpersonal, Masyarakat & Individu

Sumber : McDavid dan Harari (1974 : 31)

Konsep Manusia dalam Psikoanalisis

Kita mulai dengan psikoanalisis, karena dari seluruh aliran psikologi, psikoanalisis secara tegas memperhatikan struktur jiwa manusia. Sigmund Freud, pendiri psikoanalisis, adalah orang yang pertama berusaha merumuskan psikologi manusia. Ia memfokuskan perhatiannya kepada totalitas kepribadian manusia, bukan pada bagian-bagiannya yang terpisah (Asch, 1959:17). Walaupun psikoanalisis cukup kompleks untuk diuraikan secara singkat, kita akan berusaha membahas garis-garis besar aliran ini, terutama dalam konsep dasarnya tentang manusia.

Menurut Freud, perilaku manusia merupakan hasil interaksi tiga subsistem dalam kepribadian manusia *Id*, *Ego*, dan *Superego*. *Id* adalah bagian kepribadian yang menyimpan dorongan-dorongan biologis manusia – pusat instink (hawa nafsu – dalam kamus agama). Ada dua instink dominan: (1) *Libido* — instink reproduktif yang menyediakan energi dasar

untuk kegiatan-kegiatan manusia yang konstruktif; (2) *Thanátos* — instink destruktif dan agresif. Yang pertama disebut juga instink kehidupan (*feros*), yang dalam konsep Freud bukan hanya meliputi dorongan seksual, tetapi juga segala hal yang mendatangkan kenikmatan termasuk kasih ibu, pemujaan pada Tuhan, dan cinta diri (*narcisism*). Bila yang pertama adalah instink kehidupan, yang kedua merupakan instink kematian. Semua motif manusia adalah gabungan antara *eros* dan *thanatos*. *Id* bergerak berdasarkan prinsip kesenangan (*pleasure principle*), ingin segera memenuhi kebutuhannya. *Id* bersifat egoistis, tidak bermoral dan tidak mau tahu dengan kenyataan. *Id* adalah tabiat hewani manusia.

Walaupun *Id* mampu melahirkan keinginan, ia tidak mampu memuaskan keinginannya. Subsistem yang kedua — *ego* — berfungsi menjembatani tuntutan *Id* dengan realitas di dunia luar. *Ego* adalah mediator antara hasrat-hasrat hewani dengan tuntutan rasional dan realistik. *Ego*-lah yang menyebabkan manusia mampu menundukkan hasrat hewannya dan hidup sebagai wujud yang rasional (pada pribadi yang normal). Ia bergerak berdasarkan prinsip realitas (*reality principle*). Ketika *Id* mendesak supaya Anda membalas ejekan dengan ejekan lagi, *ego* memperingatkan Anda bahwa lawan Anda adalah "bos" yang dapat memecat Anda. Kalau Anda mengikuti desakan *Id*, Anda konyol. Anda pun baru ingat bahwa tidak baik melawan atasan (lebih-lebih pada Hubungan Industrial Pancasila).

Unsur moral dalam pertimbangan terakhir disebut Freud sebagai *superego*. *Superego* adalah polisi kepribadian, mewakili yang ideal. *Superego* adalah hati nurani (*conscience*) yang merupakan internalisasi dari norma-norma sosial dan kultural masyarakatnya. Ia memaksa *ego* untuk menekan hasrat-hasrat yang tak berlainan ke alam bawah sadar. Baik *Id* maupun *superego* berada dalam bawah sadar manusia. *Ego* berada di tengah, antara memenuhi desakan *Id* dan peraturan *superego*. Untuk mengatasi ketegangan, ia dapat menyerah pada tuntutan *Id*, tetapi berarti dihukum *superego* dengan perasaan bersalah. Untuk menghindari ketegangan, konflik, atau frustrasi *ego* secara tak sadar lalu menggunakan mekanisme pertahanan *ego*, dengan mendistorsi realitas. Secara singkat, dalam Psikoanalisis perilaku manusia merupakan interaksi antara komponen biologis (*Id*), komponen psikologis (*ego*), dan komponen sosial (*superego*); atau unsur animal, rasional, dan moral (hewani, akal, dan nilai).

Konsepsi Manusia dalam Behaviorisme

Behaviorisme lahir sebagai reaksi terhadap introspeksionisme (yang meng-

analisa jiwa manusia berdasarkan laporan-laporan subyektif) dan juga psikoanalisis (yang berbicara tentang alam bawah sadar yang tidak nampak). Behaviorisme ingin menganalisa hanya perilaku yang nampak saja, yang dapat diukur, dilukiskan, dan diramalkan. Belakangan, teori kaum behavioris lebih dikenal dengan nama *teori belajar*, karena menurut mereka seluruh perilaku manusia — kecuali instink — adalah hasil belajar. Belajar artinya perubahan perilaku organisme sebagai pengaruh lingkungan. Behaviorisme tidak mau mempersoalkan apakah manusia baik atau jelek, rasional atau emosional; behaviorisme hanya ingin mengetahui bagaimana perilakunya dikendalikan oleh faktor-faktor lingkungan. Dari sinilah timbul konsep "manusia mesin" (*Homo Mechanicus*).

Behaviorisme amat banyak menentukan perkembangan psikologi — terutama dalam eksperimen-eksperimen. Buku-buku psikologi sering kali hanya mencerminkan pendekatan ini. Walaupun Watson sering dianggap tokoh utama aliran ini, kita dapat melacaknya sampai kepada empirisisme dan hedonisme pada abad XVII—XVIII, bahkan sampai kepada *Aristoteles*, (lihat Gambar 1).

Aristoteles berpendapat bahwa pada waktu lahir jiwa manusia tidak memiliki apa-apa, sebuah meja lilin (*tabula rasa*) yang siap dilukis oleh pengalaman. Dari Aristoteles, John Locke (1632—1704), tokoh empirisisme Inggris, meminjam konsep ini. Menurut kaum empiris, pada waktu lahir manusia tidak mempunyai "warna mental". Warna ini didapat dari pengalaman. Pengalaman adalah satu-satunya jalan ke pemilikan pengetahuan. Bukankah idea yang menghasilkan pengetahuan, tetapi keduanya adalah produk pengalaman. Secara psikologis, ini berarti seluruh perilaku manusia, kepribadian, dan temperamen ditentukan oleh pengalaman inderawi (*sensory experience*). Pikiran dan perasaan, bukan penyebab perilaku tetapi disebabkan oleh perilaku masa lalu.

Salah satu kesulitan empirisisme dalam menjelaskan gejala psikologi timbul ketika orang membicarakan apa yang mendorong manusia berperilaku tertentu. *Hedonisme*, salah satu paham filsafat etika, memandang manusia sebagai makhluk yang bergerak untuk memenuhi kepentingan dirinya, mencari kesenangan dan menghindari penderitaan. Dalam *utilitarianisme*, seluruh perilaku manusia tunduk pada prinsip ganjaran dan hukuman. "Nature has placed mankind under the governance of two sovereign masters, *pain and pleasure*," ujar Jeremy Bentham (1879:1). Bila empirisme digabung dengan utilitarianisme dan hedonisme, kita menemukan apa yang disebut sebagai *behaviorisme* (Goldstein, 1980:17).

Sejak *Thorndike* dan *Watson* sampai sekarang, kaum Behavioris berpendirian: organisme dilahirkan tanpa sifat-sifat sosial atau psikologis;

perilaku adalah hasil pengalaman; dan perilaku digerakkan atau dimotivasi oleh kebutuhan untuk memperbanyak kesenangan dan mengurangi penderitaan. Asumsi ini ditambah lagi dengan sumbangan biologi abad XIX: manusia hanyalah kelanjutan dari organisme yang lebih rendah. Kita, karena itu dapat memahami manusia dengan meneliti perilaku organisme yang bukan manusia. Misalnya, kita dapat merumuskan teori belajar dengan mengamati bagaimana tikus belajar (Tidak sedikit, orang yang benci menyebut behaviorisme sebagai psikologi tikus — "rat psychology"!). Sebuah universitas malah mulai menatar para dosen dengan behaviorisme, dan menyuruh dosen memandang mahasiswa sebagai tikus, kambing, merpati, atau paling tinggi . . . simpanse.

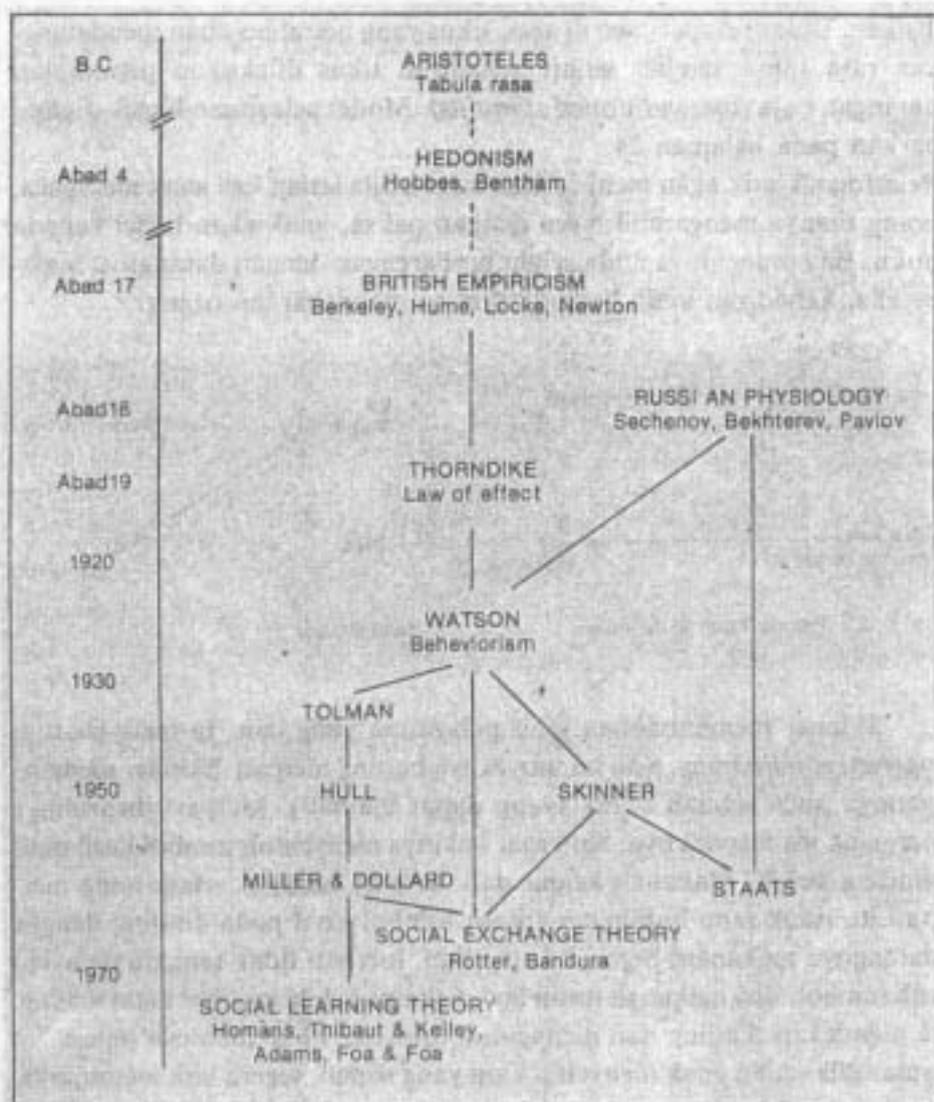
Asumsi bahwa pengalaman adalah paling berpengaruh dalam membentuk perilaku, menyiratkan betapa plastisnya manusia. Ia mudah dibentuk menjadi apa pun dengan menciptakan lingkungan yang relevan. Watson pernah sesumbar:

Give me a dozen healthy infants, well-formed, and my own specified world to bring them up in and I'll guarantee to take any one at random and train him to become any type of specialist I might select — doctor, lawyer, artist, merchant — chief and, yes, even beggar-man and thief, regardless of his talents, penchants, tendencies, abilities, vocations, and race of his ancestors. (J.B. Watson, 1934:104)

(Berikan padaku selusin anak-anak sehat, tegap, dan berikan dunia yang aku atur sendiri untuk memelihara mereka. Aku jamin, aku sanggup mengambil seorang anak sembarangan saja, dan mendidikinya untuk menjadi tipe spesialis yang aku pilih — dokter, pengacara, seniman, saudagar, dan bahkan pengemis dan pencuri, tanpa memperhatikan bakat, kecenderungan, tendensi, kemampuan, pekerjaan, dan ras orang tuanya).

Ucapan ini dibuktikan Watson dengan satu eksperimen bersama Rosalie Rayner di John Hopkins; tujuannya menimbulkan dan menghilangkan rasa takut. Subyek eksperimennya adalah Albert B., bayi sehat berusia 11 bulan yang tinggal di rumah perawatan anak-anak invalid, karena ibunya menjadi perawat di situ. Albert menyayangi tikus putih. Sekarang takut ingin diciptakan. Ketika Albert menyentuh tikus itu, lempengan baja dipukul keras tepat di belakang kepalanya. Albert tersentak, tersungkur dan menelungkupkan mukanya ke atas kasur. Proses ini diulangi: kali ini Albert tersentak, tersungkur, dan mulai bergetar ketakutan. Seminggu kemudian, ketika tikus diberikan kepadanya, Albert ragu-ragu dan menarik tangannya ketika hidung tikus itu menyentuhnya. Pada keenam kalinya, tikus diperlihatkan dengan suara keras pukulan baja. Rasa takut Albert bertambah, dan ia menangis keras. Akhirnya, kalau tikus itu muncul — walaupun tidak ada suara keras — Albert mulai menangis, membalik, dan berusaha menjauhi tikus itu. Kelak, ia bukan saja takut pada

tikus, juga kelinci, anjing, baju berbulu, dan apa saja yang mempunyai kelembutan seperti bulu tikus. Albert yang malang sudah menjadi patologis. Watson dan Rayner bermaksud menyembuhkannya lagi, bila mungkin, tetapi Albert dan ibunya meninggalkan rumah perawatan, dan nasib Albert tidak diketahui (Hunt, 1982:62).

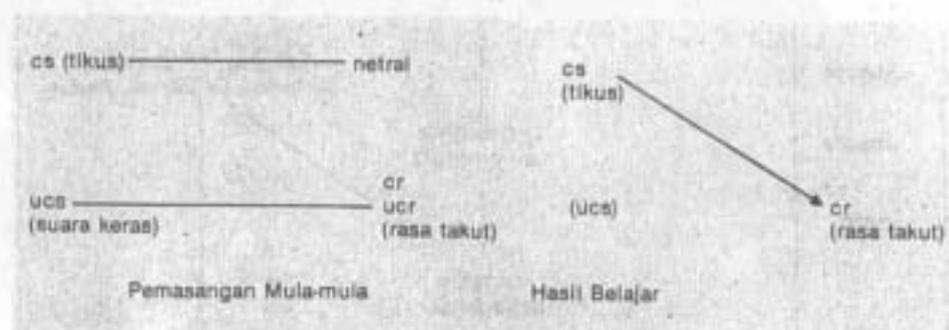


Gambar 1. Perkembangan Behaviorisme dalam psikologi sosial
 Sumber: Goldstein (1980 : 20)

Ekspimen Albert bukan saja membuktikan betapa mudahnya membentuk atau mengendalikan manusia, tetapi juga melahirkan metode

pelaziman klasik (*classical conditioning*). Diambil dari Sechenov (1829 — 1905) dan Pavlov (1849—1936), pelaziman klasik adalah memasang stimuli yang netral atau stimuli terkondisi (tikus putih) dengan stimuli tertentu (yang tak terkondisikan — *Unconditioned stimulus*) yang melahirkan perilaku tertentu (*unconditioned response*). Setelah pemasangan ini terjadi berulang-ulang, stimuli yang netral melahirkan respons terkondisikan. Dalam eksperimen di atas, tikus yang netral berubah mendatangkan rasa takut setelah setiap kehadiran tikus dilakukan pemukulan batangan baja (*unconditioned stimulus*). Model pelaziman klasik digambarkan pada halaman 24.

Pelaziman klasik akan menjelaskan bahwa bila setiap kali anak membaca, orang tuanya mengambil buku dengan paksa, anak akan benci kepada buku. Bila munculnya anda selalu berbarengan dengan datangnya mala petaka, kehadiran anda kemudian akan mendebarakan orang.



Skinner menambahkan jenis pelaziman yang lain. Ia menyebutnya *operant conditioning*. Kali ini subyeknya burung merpati. Skinner menyimpannya pada sebuah kotak (yang dapat diamati). Merpati disuruhnya bergerak sekehendaknya. Satu saat kakinya menyentuh tombol kecil pada dinding kotak. Makanan keluar dan merpati bahagia. Mula-mula merpati itu tidak tahu hubungan antara tombol kecil pada dinding dengan datangnya makanan. Sejenak kemudian, merpati tidak sengaja menyentuh tombol, dan makanan turun lagi. Sekarang, bila merpati ingin makan, ia mendekati dinding dan menyentuh tombol. Sikap manusia seperti itu pula. Bila setiap anak menyebut kata yang sopan, segera kita memujinya, anak itu kelak akan mencintai kata-kata sopan dalam komunikasinya. Bila pada waktu mahasiswa membuat prestasi yang baik kita menghargainya dengan sebuah buku yang bagus, mahasiswa meningkatkan prestasinya. Proses memperteguh respons yang baru dengan mengasosiasikannya pada stimuli tertentu berkali-kali, disebut *peneguhan (reinforcement)*. Pujian dan buku dalam contoh tadi disebut *peneguh (reinforcer)*.

Ternyata tidak semua perilaku dapat dijelaskan dengan pelaziman. Bandura menambahkan konsep belajar sosial (*social learning*). Ia permasalahan peranan ganjaran dan hukuman dalam proses belajar. Banyak perilaku manusia yang tidak dapat dijelaskan dengan mekanisme pelaziman atau penguahan. Misalnya, mengapa anak yang berusia dua tahun dapat berbicara dalam bahasa ibunya. Kaum Behavioris tradisional menjelaskan bahwa kata-kata yang semula tidak ada maknanya, dipasangkan dengan lambang atau obyek yang punya makna (pelaziman klasik). Menurut Skinner, mula-mula anak mengucapkan bunyi-bunyi yang tak bermakna. Kemudian orang tua secara selektif meneguhkan ucapan yang bermakna (misalnya, "mamah"). Dengan cara ini berangsur-angsur terbentuk bahasa anak yang memungkinkannya bicara. Menurut Bandura, dengan cara seperti ini penguasaan bahasa akan terbentuk bertahun-tahun, dan cara ini tidak dapat menjelaskan mengapa anak-anak dapat mengucapkan kalimat-kalimat yang tidak pernah mereka dengar sebelumnya. Menurut Bandura, belajar terjadi karena *peniruan (imitation)*. Kemampuan meniru respons orang lain, misalnya meniru bunyi yang sering didengar, adalah penyebab utama belajar. Ganjaran dan hukuman bukanlah faktor yang penting dalam belajar, tetapi faktor yang penting dalam melakukan satu tindakan (*performance*). Bila anak selalu diganjar (dihargai) karena mengungkapkan perasaannya, ia akan sering melakukannya. Tetapi jika ia dihukum (dicela), ia akan menahan diri untuk bicara walaupun ia memiliki kemampuan untuk melakukannya. Melakukan satu perilaku ditentukan oleh penguahan, sedangkan kemampuan potensial untuk melakukan ditentukan oleh peniruan.

Sumbangan Bandura tidak menyebabkan behaviorisme dapat menjelaskan seluruhnya. Behaviorisme bungkam ketika melihat perilaku manusia yang tidak dipengaruhi oleh ganjaran, hukuman, atau peniruan. Orang-orang yang menjelajahi Kutub Utara yang dingin, pemuda Jepang yang menempuh Samudra Pasifik di atas rakit, anak-anak muda 'Syi'ah yang menabrakkan truk berisi muatan dinamit, semuanya mengungkapkan perilaku yang "*self-motivated*". Behaviorisme memang agak sukar menjelaskan motivasi. Motivasi terjadi dalam diri individu, sedang kaum behavioris hanya melihat pada peristiwa-peristiwa eksternal. Perasaan dan pikiran orang tidak menarik mereka. Behaviorisme muncul sebagai reaksi pada psikologi "mentalistik" dari Wilhelm Wundt. Seratus tahun setelah Wundt membuka laboratorium psikologi eksperimental yang pertama, paradigma baru menyerang psikologi "behavioristik", dan menarik psikologi kembali pada proses kejiwaan internal. Paradigma baru ini kemudian terkenal sebagai psikologi kognitif.

Konsepsi Manusia dalam Psikologi Kognitif

Ketika asumsi-asumsi Behaviorisme diserang habis-habisan pada akhir tahun 60-an dan awal tahun 70-an, psikologi sosial bergerak ke arah paradigma baru. Manusia tidak lagi dipandang sebagai makhluk yang bereaksi secara pasif pada lingkungan, tetapi sebagai makhluk yang selalu berusaha memahami lingkungannya: makhluk yang selalu berpikir (*Homo Sapiens*). Pikiran yang dimaksudkan behaviorisme sekarang didudukkan lagi di atas tahta. Frege (1977:38) menulis:

"Pengaruh seseorang pada yang lain kebanyakan ditimbulkan oleh pikiran. Kita mengkomunikasikan pikiran. Bagaimana hal ini terjadi? Kita timbulkan perubahan di dunia luar yang sama. Perubahan-perubahan ini, setelah dipersepsi orang lain, akan mendorong kita untuk memahami suatu pikiran dan menerimanya sebagai hal yang benar. Mungkinkah terjadi peristiwa besar dalam sejarah tanpa komunikasi pikiran? Anehnya kita cenderung menganggap pikiran itu tidak nyata karena tampak tidak mempengaruhi peristiwa, sementara berpikir, memutuskan, menyatakan, memahami dan sebagainya adalah fakta kehidupan manusia. Mana yang lebih nyata, sebuah palu atau pikiran? Alangkah bedanya proses penyerahan palu dengan komunikasi pikiran."

Frege menulis hal di atas dalam sebuah buku filsafat berpikir (*Philosophical Logic*), mengisyaratkan kelebihan *rasionalisme* pada *empirisme*. Psikologi kognitif memang dapat diasali pada rasionalisme Immanuel Kant (1724—1804), Rene Descartes (1596—1650), bahkan sampai ke Plato (lihat Gambar 2).

Kaum rasionalis mempertanyakan apakah betul bahwa penginderaan kita, melalui pengalaman langsung, sanggup memberikan kebenaran. Kemampuan alat indera kita dipertanyakan karena seringkali gagal menyajikan informasi yang akurat. Bukankah mata Anda mengatakan bahwa kedua rel kereta api yang sejajar itu bertemu di ujung sana; bukankah telinga Anda baru mendengar detak jam dinding pada saat memperhatikannya, padahal jam itu tetap berdetak ketika Anda membisikkan kata cinta pada telinga kekasih Anda?

Descartes, juga Kant, menyimpulkan bahwa jiwalah (*mind*) yang menjadi alat utama pengetahuan, bukan alat indera. Jiwa menafsirkan pengalaman inderawi secara aktif: mencipta, mengorganisasikan, menafsirkan, mendistorsi dan mencari makna. Tidak semua stimuli kita terima. "Seorang ibu yang tidur di samping bayinya tidak mendengar suara yang riuh-rendah di sekitarnya; tetapi begitu si kecil bergerak, ibu bangun dengan segera seperti penyelam yang tergesa-gesa muncul di permukaan air laut. Tetapkanlah tujuannya pertambahan, dan stimuli "dua dan tiga" menimbulkan respons "lima". Tetapkan tujuannya perkalian, dan stimuli yang sama, sensasi auditif yang sama, "dua dan tiga" melahirkan respons

"enam" Sensasi dan pikiran adalah pelayan, mereka menunggu panggilan kita, mereka tidak datang kecuali kalau kita butuhkan. Ada tuan yang menyeleksi dan mengarahkan," begitu tulis Will Durant (1933:203) menyimpulkan tulisan Kant tentang Estetika Transendental dalam *Kritik der Reinen Vernunft*.

Rasionalisme ini tampak jelas pada aliran psikologi Gestalt di awal abad XX. Para psikolog Gestalt, seperti juga kebanyakan psikoanalisis, adalah orang-orang Jerman: Meinong, Ehrenfels, Kohler, Wertheimer, dan Koffka. Menurut mereka, manusia tidak memberikan respons kepada stimuli secara otomatis. Manusia adalah *organisme aktif* yang menafsirkan dan bahkan mendistorsi lingkungan. Sebelum memberikan respons, manusia menangkap dulu "pola" stimuli secara keseluruhan dalam satu-satuan yang bermakna. Pola ini disebut *Gestalt* Huruf "1" akan dianggap sebagai angka satu dalam rangkaian "1, 2, 3," tetapi menjadi huruf "el" dalam rangkaian "k, l, m, n," atau huruf "i" dalam "Indonesia". Manusialah yang menentukan makna stimuli itu, bukan stimuli itu sendiri. Di kalangan ilmu komunikasi terkenal proposisi "Words don't mean, people mean" — kata-kata tidak bermakna, oranglah yang memberi makna. Bunyi "wi" berarti "kita" menurut orang Inggris, "siapa" menurut Belanda, "bagaimana" menurut Jerman, "duhai" menurut Arab, atau hanya sekadar panggilan sayang bagi gadis Sunda bernama Wiwi.

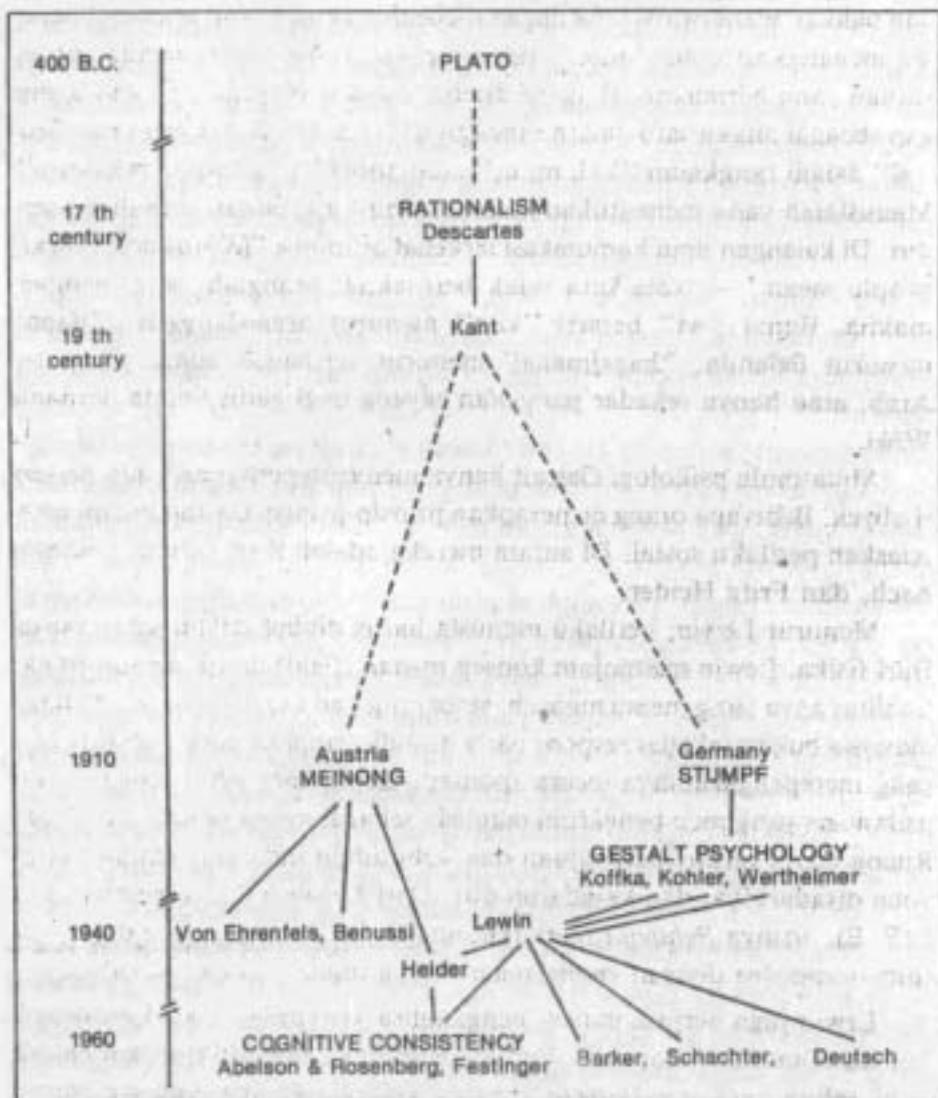
Mula-mula psikologi Gestalt hanya menaruh perhatian pada persepsi obyek. Beberapa orang menerapkan prinsip-prinsip Gestalt dalam menjelaskan perilaku sosial. Di antara mereka adalah Kurt Lewin, Solomon Asch, dan Fritz Heider.

Menurut Lewin, perilaku manusia harus dilihat dalam konteksnya. Dari fisika, Lewin meminjam konsep *medan* (field) untuk menunjukkan totalitas gaya yang mempengaruhi seseorang pada saat tertentu. Perilaku manusia bukan sekadar respons pada stimuli, tetapi produk berbagai gaya yang mempengaruhinya secara spontan. Lewin menyebut seluruh gaya psikologis yang mempengaruhi manusia sebagai *ruang hayat* (life space). Ruang hayat terdiri dari tujuan dan kebutuhan individu, semua faktor yang disadarinya, dan kesadaran diri. Dari Lewin terkenal rumus: $B = f(P, E)$, artinya *Behavior* (perilaku) adalah hasil interaksi antara *person* (diri orang itu) dengan *environment* (lingkungan psikologisnya).

Lewin juga berjasa dalam menganalisa kelompok. Dari Lewin lahir konsep dinamika kelompok. Dalam kelompok, individu menjadi bagian yang saling berkaitan dengan anggota kelompok yang lain. Kelompok memiliki sifat-sifat yang tidak dimiliki individu. Solomon Asch memper-

luas penelitian kelompok dengan melihat pengaruh penilaian kelompok (*group judgements*) pada pembentukan kesan (*impression formation*). Dengan beberapa eksperimen, Asch menunjukkan kecenderungan orang untuk mengikuti pendapat kelompoknya.

Lewin juga berbicara tentang *tension* (tegangan) yang menunjukkan suasana kejiwaan yang terjadi ketika kebutuhan psikologis belum terpenuhi. Konsep *tension* melahirkan banyak teori yang digabung dengan istilah teori (*konsistensi kognitif*.) Teori ini pada pokoknya menyatakan bahwa individu berusaha mengoptimalkan makna dalam persepsi, pera-



Gambar 2. Perkembangan psikologi kognitif
Sumber : Goldstein (1980 : 33)

saan, kognisi, dan pengalamannya. Bila makna tidak optimal, timbul *tension* yang memotivasi orang untuk menguranginya. Fritz Heider, Leon Festinger, Abelson adalah tokoh-tokoh ini. Kita akan membicarakannya lebih lanjut dalam sistem komunikasi intrapersonal, sebab di sinilah psikologi kognitif banyak berbicara.

Heider dan Festinger membawa psikologi kognitif ke dalam psikologi sosial. Secara singkat kita akan melihat perkembangan pengaruh psikologi kognitif ini dalam psikologi sosial, terutama untuk menggambarkan perkembangan konsepsi manusia dalam mazhab ini.

Sejak pertengahan tahun 1950-an berkembang penelitian mengenai perubahan sikap dengan kerangka teoretis manusia sebagai pencari konsistensi kognitif (*The Person as Consistency Seeker*). Di sini, manusia dipandang sebagai makhluk yang selalu berusaha menjaga keajegan dalam sistem kepercayaannya, dan di antara sistem kepercayaan dengan perilaku. Contoh yang paling jelas adalah teori disonansi kognitif dari Leon Festinger. Disonansi artinya ketidakcocokan antara dua kognisi ("pengetahuan"). Dalam keadaan disonan orang berusaha mengurangi disonansi dengan berbagai cara. Disonansi membuat orang resah. Kognisi "Saya tahu saya senang merokok", disonan dengan "Saya tahu rokok merusak kesehatan". Dihadapkan dalam situasi disonan seperti itu, saya akan: (1) mengubah perilaku, berhenti merokok atau memutuskan "Saya merokok sedikit saja", (2) mengubah kognisi tentang lingkungan, misalnya dengan mengatakan hanya perokok berat yang berbahaya, (3) memperkuat salah satu kognisi yang disonan, "Ah, kawan-kawan saya pun banyak yang merokok", atau (4) mengurangi disonansi dengan memutuskan bahwa salah satu kognisi tidak penting. "Tidak jadi soal merokok merusak kesehatan. Toh saya ingin hidup cepat dan mati muda". Dalam teori komunikasi, teori disonansi menyatakan bahwa orang akan mencari informasi yang mengurangi disonansi, dan menghindari informasi yang menambah disonansi. Bila Anda terpaksa juga dikenai informasi yang disonan dengan keyakinan Anda, Anda akan menolak informasi itu, meragukan sumbernya, mencari informasi yang konsonan, atau mengubah sikap sama sekali.

Awal tahun 1970-an, teori disonansi dikritik, dan muncul konsepsi *manusia sebagai pengolah informasi (The Person as Information Processor)*. Dalam konsepsi ini, manusia bergeser dari orang yang suka mencari justifikasi atau membela diri menjadi orang yang secara sadar memecahkan persoalan. Perilaku manusia dipandang sebagai produk strategi pengolahan informasi yang rasional, yang mengarahkan penyandian, penyimpanan, dan pemanggilan informasi. Contoh perspektif ini adalah

teori atribusi yang akan diuraikan pada Bab 4: "Sistem Komunikasi Interpersonal." Teori atribusi menganggap manusia sebagai ilmuwan yang naif (naive scientists), yang memahami dunia dengan metode ilmiah yang elementer.

Kenyataan menunjukkan bahwa manusia tidaklah serasional dugaan di atas. Seringkali malah penilaian orang didasarkan pada informasi yang tidak lengkap dan kurang begitu rasional. Penilaian didasarkan pada data yang kurang, lalu dikombinasikan dan diwarnai oleh *prakonsepsi*. Manusia menggunakan prinsip-prinsip umum dalam menetapkan keputusan. Kahneman dan Tversky (1974) menyebutnya "cognitive heuristics" (dalil-dalil kognitif). Ada orang tua yang segera gembira ketika anaknya berpacaran dengan mahasiswa ITB, karena berpegang pada "cognitive heuristics" bahwa mahasiswa ITB mempunyai masa depan yang gemilang (tanpa memperhitungkan bahwa pacar anaknya adalah mahasiswa seni rupa yang meragukan masa depannya). Dari sini muncullah konsepsi *Manusia sebagai Miskin Kognitif (The Person as Cognitive Miser)*.

Walaupun psikologi kognitif sering dikritik karena konsep-konsepnya sukar diuji, psikologi kognitif telah memasukkan kembali "jiwa" manusia yang sudah dicabut oleh behaviorisme. Manusia kini hidup dan mulai berpikir. Tetapi manusia bukan sekadar makhluk yang berpikir, ia juga berusaha menemukan identitas dirinya dan mencapai apa yang didambakannya. Sampai di sini, psikologi kognitif harus memberikan tempat dan waktu buat "penceramah" berikutnya: *psikologi humanistik*.

Manusia dalam Konsepsi Psikologi Humanistik

Psikologi humanistik dianggap sebagai revolusi ketiga dalam psikologi. Revolusi pertama dan kedua adalah psikoanalisis dan behaviorisme. Pada behaviorisme manusia hanyalah mesin yang dibentuk lingkungan, pada psikoanalisis manusia melulu dipengaruhi oleh naluri primitifnya. Dalam pandangan behaviorisme manusia menjadi robot tanpa jiwa, ...pa rilaf. Dalam psikoanalisis, seperti kata Freud sendiri, "we see a man as a savage beast" (1930:86). Keduanya tidak menghormati manusia sebagai manusia. Keduanya tidak dapat menjelaskan aspek eksistensi manusia yang positif dan menentukan, seperti cinta, kreativitas, nilai, makna, dan pertumbuhan pribadi. Inilah yang diisi oleh psikologi humanistik. "*Humanistic psychology is not just the study of 'human being'; it is a commitment to human becoming,*" tulis Floyd W. Matson (1973:19) yang agak sukar diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

Psikologi humanistik mengambil banyak dari psikoanalisis Neo-Freudian (sebenarnya Anti-Freudian) seperti Adler, Jung, Rank, Slekkel,

Ferenczi; tetapi lebih banyak lagi mengambil dari fenomenologi dan eksistensialisme. Fenomenologi memandang manusia hidup dalam "dunia kehidupan" yang dipersepsi dan diinterpretasi secara subyektif. Setiap orang mengalami dunia dengan caranya sendiri. "Alam pengalaman setiap orang berbeda dari alam pengalaman orang lain." (Brouwer, 1983:14) Fenomenologi banyak mempengaruhi tulisan-tulisan Carl Rogers, yang boleh disebut sebagai Bapak Psikologi Humanistik.

Menurut Alfred Schutz, tokoh sosiologi fenomenologis, pengalaman subjektif ini dikomunikasikan oleh faktor sosial dalam proses intersubjektivitas. "Untuk memahami makna subjektif Anda, aku harus menggambarkan arus kesadaran Anda mengalir berdampingan dengan arus kesadaranku. Dalam gambaran inilah, aku harus menafsirkan dan membentuk tindakan intensional Anda ketika Anda memilih kata-kata Anda." (Schutz, 1970:167) Intersubjektivitas diungkapkan pada eksistensialisme dalam tema dialog, pertemuan, hubungan diri-dengan-orang lain, atau apa yang disebut Martin Buber "*I-thou Relationship*". Istilah yang disebut terakhir ini menunjukkan hubungan pribadi dengan pribadi, bukan pribadi dengan benda; subjek dengan subjek, bukan subjek dengan objek. Manusia, dalam pandangan ini, hanya tumbuh dengan baik dalam "*I-thou Relationship*", dan bukan "*I-it Relationship*". Di sinilah faktor orang lain menjadi penting; bagaimana reaksi mereka membentuk bukan saja konsep diri kita, tetapi juga pemuasan — apa yang disebut Abraham Maslow — "*growth needs*". Eksistensialisme menekankan pentingnya *kewajiban* individu pada sesama manusia. Yang paling penting bukan apa yang didapat dari kehidupan, tetapi apa yang dapat kita berikan untuk kehidupan. "*One's life can be fulfilling only if it involves socially constructive values and choices.*" (Coleman dan Hammen, 1974:36) Jadi, hidup kita baru bermakna hanya apabila melibatkan nilai-nilai dan pilihan yang konstruktif secara sosial.

Perhatian pada makna kehidupan adalah juga hal yang membedakan psikologi humanistik dari mazhab yang lain. Manusia bukan saja pelakon dalam panggung masyarakat, bukan saja pencari identitas, tetapi juga pencari makna. Freud pernah mengirim surat pada Princess Bonaparte dan menulis bahwa pada saat manusia bertanya apa makna dan nilai kehidupan, pada saat itu ia sakit. Salah, kata Victor E. Frankl, manusia justru menjadi manusia ketika mempertanyakan apakah hidupnya bermakna. Selanjutnya Frankl berkhobah:

I think it is time to recognize the fact that man is more than just a mechanism or the outcome of conditioning processes, to recognize the humanness of man, to recognize that man is a being in steady search of meaning, and that his

heart is restless until he finds meaning in his life (Frankl, 1967:185).
(Saya pikir, sudah saatnyalah kita mengakui kenyataan bahwa manusia bukan sekadar mekanisme atau hasil proses pelaziman, untuk mengakui kemanusiaan manusia, untuk mengakui bahwa manusia adalah wujud yang selalu mencari makna, dan bahwa hatinya selalu resah sebelum menemukan makna dalam hidupnya.)

Khotbah Frankl menyimpulkan asumsi-asumsi Psikologi Humanistik: keunikan manusia, pentingnya nilai dan makna, serta kemampuan manusia untuk mengembangkan dirinya. Sebagai penjelasan, kita akan menyajikan penjabaran asumsi-asumsi ini dalam pandangan Carl Rogers.

Carl Rogers menggarisbesarkan pandangan Humanisme sebagai berikut (kita pinjam dengan sedikit perubahan dari Coleman dan Hammen, 1974:33):

- 1) Setiap manusia hidup dalam dunia pengalaman yang bersifat pribadi di mana dia — sang Aku, Ku, atau diriku (the I, me, or myself) — menjadi pusat. Perilaku manusia berpusat pada konsep diri, yaitu persepsi manusia tentang identitas dirinya yang bersifat fleksibel dan berubah-ubah, yang muncul dari suatu medan fenomenal (phenomenal field). Medan keseluruhan pengalaman subjektif seorang manusia, yang terdiri dari pengalaman-pengalaman Aku dan Ku dan pengalaman yang "bukan aku".
- 2) Manusia berperilaku untuk mempertahankan, meningkatkan, dan mengaktualisasikan diri.
- 3) Individu bereaksi pada situasi sesuai dengan persepsi tentang dirinya dan dunianya — ia bereaksi pada "realitas" seperti yang dipersepsikan olehnya dan dengan cara yang sesuai dengan konsep dirinya.
- 4) Anggapan adanya ancaman terhadap diri akan diikuti oleh pertahanan diri — berupa penyempitan dan pengkakuan (rigidification) persepsi dan perilaku penyesuaian serta penggunaan mekanisme pertahanan ego seperti rasionalisasi.
- 5) Kecenderungan batiniah manusia ialah menuju kesehatan dan ketuhanan diri. Dalam kondisi yang normal ia berperilaku rasional dan konstruktif, serta memilih jalan menuju pengembangan dan aktualisasi diri.

2.2 Faktor-faktor Personal yang Mempengaruhi Perilaku Manusia

Dewasa ini ada dua macam psikologi sosial. Yang pertama adalah Psikologi sosial (dengan huruf P besar) dan yang kedua psikologi Sosial

(dengan huruf S besar). Ini menunjukkan dua pendekatan dalam psikologi sosial: ada yang menekankan faktor-faktor psikologis dan ada yang menekankan faktor-faktor sosial; atau dengan istilah lain: faktor-faktor yang timbul dari dalam diri individu (faktor personal), dan faktor-faktor berpengaruh yang datang dari luar diri individu (faktor environmental).

Ini tercermin, secara menarik, pada dua buah buku yang pertama kalinya mencantumkan istilah psikologi sosial dalam judulnya. Keduanya terbit bersamaan pada tahun 1908. Buku pertama, berjudul *Introduction to Social Psychology*, terbit di London, ditulis oleh William McDougall, seorang psikolog. Buku yang lain adalah *Social Psychology*, terbit di New York, ditulis oleh Edward Ross, seorang sosiolog. McDougall menekankan pentingnya faktor-faktor personal dalam menentukan interaksi sosial dan masyarakat. Ross menegaskan utamanya faktor situasional dan sosial dalam membentuk perilaku individu. Menurut McDougall, faktor-faktor personallah — ia menjabarkannya dalam puluhan instink — yang menentukan perilaku manusia. Mengapa manusia berperang? Karena ia memiliki instink berkelahi. Mengapa orang berkelompok dan membentuk organisasi? Karena ia memiliki instink berkelompok (gregorious propensity). Lalu, mengapa manusia sanggup membangun bangunan megah bahkan peradaban? Karena ia memiliki instink membangun (constructive propensity).

Populernya Behaviorisme memporakporandakan dalil-dalil McDougall. Orang melihat faktor situasilah yang penting. Suara Ross menjadi nyaring, terutama di negeri Paman Sam, kelahiran Behaviorisme. Anda boleh jadi orang yang sangat terbuka dan berterus terang terhadap istri Anda, tetapi berjiwa tertutup ketika Anda menjadi manajer kantor. Anda orang lemah-lembut ketika meminjam uang kepada saya, tetapi berubah menjadi "binatang buas" ketika saya tagih. Di kantor Anda dominan, keras, kepala batu, dan galak; di rumah, Anda tunduk kepada istri Anda seperti kerbau dicocok hidung. Ternyata, situasi atau lingkunganlah yang menentukan perilaku Anda.

Manakah di antara dua pendapat ini yang benar — dengan menggunakan istilah Edward E. Sampson (1976) — antara perspektif yang berpusat pada persona (person-centered perspective) dengan perspektif yang berpusat pada situasi (situation-centered perspective). Seperti juga konsepsi tentang manusia, yang benar tampaknya interaksi di antara keduanya. Karena itu, kita akan membahasnya satu per satu, dimulai dengan perspektif yang berpusat pada persona.

Perspektif yang berpusat pada persona mempertanyakan faktor-faktor internal apakah, baik berupa sikap, instink, motif, kepribadian, sistem

kognitif yang menjelaskan perilaku manusia. Secara garis besar ada dua faktor: faktor biologis dan faktor sosiopsikologis. Kita mulai dengan faktor yang pertama.

Faktor Biologis

Manusia adalah makhluk biologis yang tidak berbeda dengan hewan yang lain. Ia lapar kalau tidak makan selama dua puluh jam, kucing pun demikian. Ia memerlukan lawan jenis untuk kegiatan reproduktifnya, begitu pula kerbau. Ia melarikan diri kalau melihat musuh yang menakutkan, begitu pula monyet. Faktor biologis terlibat dalam seluruh kegiatan manusia, bahkan berpadu dengan faktor-faktor sosiopsikologis. Bahwa warisan biologis manusia menentukan perilakunya, dapat diawali sampai struktur DNA yang menyimpan seluruh memori warisan biologis yang diterima dari kedua orang tuanya. Begitu besarnya pengaruh warisan biologis ini sampai muncul aliran baru, yang memandang segala kegiatan manusia, termasuk agama, kebudayaan, moral, berasal dari struktur biologinya. Aliran ini menyebut dirinya sebagai aliran sosiobiologi (Wilson, 1975).

Menurut Wilson, perilaku sosial dibimbing oleh aturan-aturan yang sudah diprogram secara genetik dalam jiwa manusia. Program ini, disebut sebagai "epigenetic rules," mengatur perilaku manusia sejak kecenderungan menghindari *incest*, kemampuan memahami ekspresi wajah, sampai kepada persaingan politik. Walaupun banyak sarjana menolak sosiobiologis sebagai determinisme biologis dalam kehidupan sosial, tidak seorang pun yang menolak kenyataan bahwa struktur biologis manusia — genetika, sistem syaraf dan sistem hormonal — sangat mempengaruhi perilaku manusia. Struktur genetik, misalnya, mempengaruhi kecerdasan, kemampuan sensasi, dan emosi. Sistem saraf mengatur pekerjaan otak dan proses pengolahan informasi dalam jiwa manusia. Sistem hormonal bukan saja mempengaruhi mekanisme biologis, tetapi juga proses psikologis.

Pada tahun-tahun mutakhir ini, orang berusaha mengendalikan perilaku manusia melalui manipulasi genetik, kontrol terhadap sistem saraf dan sistem hormonal. Yang pertama dilakukan dengan "quality control" terhadap gen-gen bakal manusia. Sekarang kita dapat menyingkirkan gen-gen yang resesif dan memelihara gen-gen yang meninggikan kualitas manusia, misalnya menyingkirkan sifat agresif dan memperkuat sifat-sifat penyantun. Dengan bedah otak, jarum-jarum hipodermik yang dihubungkan dengan "push-button radio device", atau obat-obatan, kita dapat mengubah orang yang penyabar menjadi pemarah, yang gelisah menjadi

tenang, yang penyedih menjadi bahagia (Packard, 1978). Emil Dofivat malah menyebutkan kemungkinan menggunakan manipulasi biologis ini untuk menguasai massa suatu negeri. Dofivat menyebutnya "psycho-chemische Uberwältigung" (penguasaan psikokimiawi). Ia mengutip, "Eine Dosis Chloral und Skopolamin werde ganze Menschenmassen suggestibel machen" (Dofivat, 1968:162). Dosis kloral dan skopolamin dapat mengubah seluruh massa manusia menjadi sangat mudah dipengaruhi.

Kita tidak akan mengulas "genetic engineering" atau "social engineering" di sini. Kita hanya ingin menunjukkan betapa pentingnya kita memperhatikan pengaruh biologis terhadap perilaku manusia seperti tampak dalam dua hal berikut ini.

Pertama, telah diakui secara meluas adanya perilaku tertentu yang merupakan bawaan manusia, dan bukan pengaruh lingkungan atau situasi. Dahulu orang menyebutnya "*instink*", sekarang Desiderato, Howieson, dan Jakcon (1976:34) menamainya *species-characteristic behavior*. Bercumbu, memberi makan, merawat anak, dan perilaku agresif adalah contoh-contohnya. Perilaku menarik lawan jenis sebagai ungkapan cinta — dikenal dalam istilah Inggris sebagai "flirt" — terbukti universal. Suatu penelitian yang dilakukan Eibl-Eibesfeldt (1970) menunjukkan hal ini. Bila wanita tertarik pada Anda (dengan asumsi Anda laki-laki), ia mula-mula akan tersenyum. Kemudian mengangkat alisnya dengan suatu gerakan cepat kira-kira 1/6 detik, sambil membuka matanya lebih lebar. Ini disusul dengan menundukkan kepala dan kelopak mata menurun. Lalu ia mengangkat kepalanya lagi untuk memandangi Anda lagi. Tidak jarang sama di Samoa, Papua, Prancis, Jepang, Afrika dan Amerika Selatan. melihat lewat sudut matanya. Perilaku ini telah difilm dengan cermat dan sama di Samoa, Papua, Prancis, Jepang, Afrika dan Amerika Selatan. Lihat Gambar 3.

Kedua, diakui pula adanya faktor-faktor biologis yang mendorong perilaku manusia, yang lazim disebut sebagai *motif biologis*. Yang paling penting dari motif-motif biologis antara lain, ialah kebutuhan akan makanan-minuman dan istirahat (disebut "*visceral motives*"), kebutuhan seksual, dan kebutuhan memelihara kelangsungan hidup dengan menghindari sakit dan bahaya.

Ada beberapa peneliti yang menunjukkan pengaruh motif biologis terhadap perilaku manusia. Tahun 1950 Keys dan rekan-rekannya menyelidiki pengaruh rasa lapar. Selama 6 bulan, 32 subjek bersedia menjalani eksperimen setengah lapar. Selama eksperimen terjadi perubahan kepribadian yang dramatis. Mereka menjadi mudah tersinggung, sukar bergaul, dan tidak bisa konsentrasi. Pada akhir minggu ke-25, makanan

mendominasi pikiran, percakapan, dan mimpi. Laki-laki lebih senang menempelkan gambar coklat daripada gambar wanita cantik. Kekurangan tidur juga telah dibuktikan meningkatkan sifat mudah tersinggung dan mengganggu cara berpikir, serta menurunkan kemampuan melakukan tugas-tugas yang kompleks atau memecahkan persoalan. Kebutuhan akan rasa aman, menghindari rasa sakit, dapat menghambat kebutuhan-



Gambar 3. Gedla Samos dalam ungkapan wajah
Sumber : *Desiderato (1972:36)*

kebutuhan yang lain. Akhirnya kebutuhan seksual bukan saja pada saat-saat tertentu menyita seluruh perhatian manusia, tetapi setiap saat mempengaruhi faset-faset kehidupannya. Kebutuhan seksual mewarnai sains, teknologi, seni; memperteguh kemesraan dan memelihara lembaga perkawinan; memperkuat atau melemahkan konsep diri (Coleman, 1976: 97—101).

Walaupun demikian, manusia bukan sekadar makhluk biologis. Kalau sekadar makhluk biologis, ia tidak berbeda dengan binatang yang lain. Kura-kura Galapagos yang hidup sejak sekian ribu tahun yang lalu ber-

tingkah laku yang sama sekarang ini. Tetapi, perilaku orang Jawa di zaman Diponegoro sudah jauh berbeda dengan perilaku mereka di zaman Suharto. Menurut Marvin Harris, antropolog terkenal dari University of Florida, agak sukar kita menjelaskan perubahan kultural ini pada sebab-sebab biologis (Rensberger, Dialogue, 1/1984:38). Ini hanya dapat dijelaskan dengan melihat komponen-komponen lain dari manusia; yakni faktor-faktor sosiopsikologis.

Faktor-faktor Sosiopsikologis

Karena manusia makhluk sosial, dari proses sosial ia memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya. Kita dapat mengklasifikasinya ke dalam tiga komponen *komponen afektif*, *komponen kognitif*, dan *komponen konatif*. Komponen yang pertama, yang merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis, didahulukan karena erat kaitannya dengan pembicaraan sebelumnya. Komponen kognitif adalah aspek intelektual, yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Komponen konatif adalah aspek volisional, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak. Kita mulai dengan komponen afektif yang terdiri dari motif sosiogenis, sikap dan emosi.

Motif Sosiogenis

Motif sosiogenis, sering juga disebut motif sekunder sebagai lawan motif primer (motif biologis), sebetulnya bukan motif "anak bawang". Perannya dalam membentuk perilaku sosial bahkan sangat menentukan. Berbagai klasifikasi motif sosiogenis disajikan di bawah.

W.I. Thomas dan Florian Znaniecki:

1. Keinginan memperoleh pengalaman baru;
2. Keinginan untuk mendapat respons;
3. Keinginan akan pengakuan;
4. Keinginan akan rasa aman.

David McClelland:

1. Kebutuhan berprestasi (need for achievement);
2. Kebutuhan akan kasih sayang (need for affiliation);
3. Kebutuhan berkuasa (need for power).

Abraham Maslow:

1. Kebutuhan akan rasa aman (safety needs);
2. Kebutuhan akan keterikatan dan cinta (belongingness and love needs);
3. Kebutuhan akan penghargaan (esteem needs);
4. Kebutuhan untuk pemenuhan diri (self-actualization).

Melvin H. Marx:

1. Kebutuhan organismis:
 - motif ingin tahu (curiosity),
 - motif kompetensi (competence),
 - motif prestasi (achievement);
2. Motif-motif sosial:
 - motif kasih sayang (affiliation),
 - motif kekuasaan (power),
 - motif kebebasan (independence).

Klasifikasi di atas tidak menunjukkan perbedaan yang tegas. Kalau tidak terjadi perulangan dengan istilah lain (seperti motif prestasi dengan motif pemenuhan diri), maka yang terjadi adalah penambahan. Secara singkat, motif-motif sosiogenis di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) *Motif ingin tahu*: mengerti, menata, dan menduga (predictability). Setiap orang berusaha memahami dan memperoleh arti dari dunianya. Kita memerlukan kerangka rujukan (frame of reference) untuk mengevaluasi situasi baru dan mengarahkan tindakan yang sesuai. Orang tidak sabar dalam suasana ambigu, tidak menentu, atau sukar diramalkan. Karena kecenderungan untuk memberi arti pada apa yang dialami, bila informasi yang diperoleh terbatas, orang akan mencari jawaban sendiri; orang akan menarik kesimpulan tanpa menunggu sampai informasi itu lengkap lebih dahulu. Bila terjadi tiba-tiba hujan lebat, orang akan menafsirkan gejala yang aneh ini mungkin pada Pak Bakil kaya yang meninggal sore tadi.
- 2) *Motif kompetensi*. Setiap orang ingin membuktikan bahwa ia mampu mengatasi persoalan kehidupan apa pun. Perasaan mampu amat bergantung pada perkembangan intelektual, sosial, dan emosional. Motif kompetensi erat hubungannya dengan kebutuhan akan rasa aman. Kita ingin memperoleh jaminan masa tua; kita ingin anak kita sekolah yang baik sehingga merupakan investasi ekonomi. Bila orang sudah memenuhi kebutuhan biologinya, dan yakin bahwa masa depannya gemilang, ia dianggap sudah memenuhi kebutuhannya akan kemampuan diri (kompetensi).
- 3) *Motif cinta*. Sanggup mencintai dan dicintai adalah hal esensial bagi pertumbuhan kepribadian. Orang ingin diterima di dalam kelompoknya sebagai anggota sukarela dan bukan yang sukar rela. Kehangatan persahabatan, ketulusan kasih sayang, penerimaan orang lain yang hangat amat dibutuhkan manusia. Berbagai penelitian membuktikan bahwa kebutuhan akan kasih sayang yang tidak terpenuhi akan menimbulkan perilaku manusia yang kurang baik: orang akan

- menjadi agresif, kesepian, frustrasi, bunuh diri (Packard, 1974).
- 4) *Motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas.* Erat kaitannya dengan kebutuhan untuk memperlihatkan kemampuan dan memperoleh kasih sayang, ialah kebutuhan untuk menunjukkan eksistensi di dunia. Kita ingin kehadiran kita bukan saja dianggap bilangan, tetapi juga diperhitungkan. Karena itu, bersamaan dengan kebutuhan akan harga diri, orang mencari identitas dirinya. Hilangnya identitas diri akan menimbulkan perilaku yang patologis (penyakit): impulsif, gelisah, mudah terpengaruh, dan sebagainya.
 - 5) *Kebutuhan akan nilai, kedamaian dan makna kehidupan.* Dalam menghadapi gejala kehidupan, manusia membutuhkan nilai-nilai untuk menuntunnya dalam mengambil keputusan atau memberikan makna pada kehidupannya. Termasuk ke dalam motif ini ialah motif-motif keagamaan. Bila manusia kehilangan nilai, tidak tahu apa tujuan hidup sebenarnya, ia tidak memiliki kepastian untuk bertindak. Dengan demikian, ia akan lekas putus asa dan kehilangan pegangan.
 - 6) *Kebutuhan akan pemenuhan diri.* Kita bukan saja ingin mempertahankan kehidupan, kita juga ingin meningkatkan kualitas kehidupan kita; ingin memenuhi potensi-potensi kita. Dengan ucapan Maslow sendiri. "What a man *can* be, he *must* be." Kebutuhan akan pemenuhan diri dilakukan melalui berbagai bentuk: (1) mengembangkan dan menggunakan potensi-potensi kita dengan cara yang kreatif konstruktif, misalnya dengan seni, musik, sains, atau hal-hal yang mendorong ungkapan diri yang kreatif; (2) memperkaya kualitas kehidupan dengan memperluas rentangan dan kualitas pengalaman serta pemuasan, misalnya dengan jalan darmawisata; (3) membentuk hubungan yang hangat dan berarti dengan orang-orang lain di sekitar kita; (4) berusaha "memanusiakan", menjadi persona yang kita dambakan (Coleman, 1976:105).

Daftar motif secara terperinci akan disajikan pada bab 6 ketika kita membicarakan imbauan motif.

Sikap

Sikap adalah konsep yang paling penting dalam psikologi sosial dan yang paling banyak didefinisikan. Ada yang menganggap sikap hanyalah sejenis motif sosiogenis yang diperoleh melalui proses belajar (Sherif dan Sherif, 1956:489). Ada pula yang melihat sikap sebagai kesiapan saraf (neural settings) sebelum memberikan respons (Allport, 1924). Dari berbagai definisi kita dapat menyimpulkan beberapa hal. Pertama, sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam

menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap. Objek sikap boleh berupa benda, orang, tempat, gagasan atau situasi, atau kelompok. Jadi, pada kenyataannya tidak ada istilah sikap yang berdiri sendiri. Sikap haruslah diikuti oleh kata "terhadap", atau "pada" objek sikap. Bila ada orang yang berkata, "Sikap saya positif," kita harus mempertanyakan "Sikap terhadap apa atau siapa?"

Kedua, sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap bukan sekadar rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu; menentukan apa yang disukai, diharapkan, dan diinginkan; mengesampingkan apa yang tidak diinginkan, apa yang harus dihindari (Sherif dan Sherif, 1956:489). Bila sikap saya positif terhadap ilmu, saya akan setuju pada proyek-proyek pengembangan ilmu, berharap agar orang menghargai ilmu, dan menghindari orang-orang yang meremehkan ilmu.

Ketiga, sikap relatif lebih menetap. Berbagai studi menunjukkan bahwa sikap politik kelompok cenderung dipertahankan dan jarang mengalami perubahan.

Keempat, sikap mengandung aspek evaluatif: artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan, sehingga Bem memberikan definisi sederhana: "Attitudes are likes and dislikes." (1970:14)

Kelima, sikap timbul dari pengalaman; tidak dibawa sejak lahir, tetapi merupakan hasil belajar. Karena itu sikap dapat diperteguh atau diubah.

Beberapa orang sarjana menganggap sikap terdiri dari komponen kognitif, afektif, dan behavioral. Dalam buku ini sikap hanya dipandang pada komponen afektifnya saja, karena komponen kognitif akan kita masukkan pada *konsep kepercayaan*, dan komponen behavioral kita masukkan pada faktor sosiopsikologis konatif yang terdiri dari kebiasaan dan kemauan.

Emosi

Emosi menunjukkan kegoncangan organisme yang disertai oleh gejala-gejala kesadaran, berperilaku, dan proses fisiologis. Bila orang yang Anda cintai mencemoohkan Anda, Anda akan bereaksi secara emosional karena Anda mengetahui makna cemoohan itu (kesadaran). Jantung Anda akan berdetak lebih cepat, kulit memberikan respons dengan mengeluarkan keringat, dan napas terengah-engah (proses fisiologis). Anda mungkin membalas cemoohan itu dengan kata-kata keras atau ketupat bangkahu (keperilakuan).

Emosi tidak selalu jelek. Emosi memberikan bumbu kepada kehidupan; tanpa emosi hidup ini kering dan gersang. Paling tidak, ada empat fungsi emosi (Coleman dan Hammen, 1974:462). Pertama, emosi adalah pembangkit energi (*energizer*). Tanpa emosi kita tidak sadar atau mati. Hidup berarti merasai, mengalami, bereaksi, dan bertindak. Emosi membangkitkan dan memobilisasi energi kita; marah menggerakkan kita untuk menyerang; takut menggerakkan kita untuk lari; dan cinta mendorong kita untuk mendekat dan bermesraan. Kedua, emosi adalah pembawa informasi (*messenger*). Bagaimana keadaan diri kita dapat kita ketahui dari emosi kita. Jika kita marah, kita mengetahui kita dihambat atau diserang orang lain; sedih berarti kehilangan sesuatu yang kita senangi; bahagia berarti memperoleh sesuatu yang kita senangi, atau berhasil menghindari hal yang kita benci. Ketiga, emosi bukan saja pembawa informasi dalam komunikasi intrapersonal, tetapi juga pembawa pesan dalam komunikasi interpersonal. Berbagai penelitian membuktikan bahwa ungkapan emosi dapat dipahami secara universal (Lihat Gambar 7). Dalam retorika diketahui bahwa pembicara yang menyertakan seluruh emosinya dalam pidato dipandang lebih hidup, lebih dinamis, dan lebih meyakinkan. Keempat, emosi juga merupakan sumber informasi tentang keberhasilan kita. Kita mendambakan kesehatan dan mengetahuinya ketika kita merasa sehat wal afiat. Kita mencari keindahan dan mengetahui kita memperolehnya ketika kita merasakan kenikmatan estetis dalam diri kita.

Emosi berbeda-beda dalam hal intensitas dan lamanya. Ada emosi yang ringan, berat, dan desintegratif. Emosi ringan meningkatkan perhatian kita kepada situasi yang dihadapi, disertai dengan perasaan tegang sedikit. Di sini anda masih mampu mengendalikannya dan menghindirinya kapan Anda mau. Ini kita alami ketika mendengar pembicaraan yang memikat atau tontonan yang menarik hati. Emosi kuat disertai rangsangan fisiologis yang kuat. Detak jantung, tekanan darah, pernapasan, produksi adrenalin, semuanya meningkat. Pipa kapiler dalam otak dan otot-otot membesar untuk memperlancar sirkulasi darah. Dalam fisiologi, gejala ini lazim disebut sebagai GAS — *general adaptation syndrome*. Emosi yang desintegratif tentu saja terjadi dalam intensitas emosi yang memuncak. Tentara yang menghadapi pertempuran maut, orang yang telah lama menumpuk penderitaan, pasti mengalami emosi desintegratif.

Dari segi lamanya, ada emosi yang berlangsung singkat dan ada yang berlangsung lama. *Mood* adalah emosi yang menetap selama berjam-jam atau beberapa hari. *Mood* mempengaruhi persepsi kita atau penafsiran

kita pada stimuli yang merangsang alat indera kita. Pada halaman 62 buku ini, *mood* kita sebut sebagai suasana emosional. Bila suasana emosional ini menjadi kronis dan menjadi bagian dari struktur kepribadian, kita menyebutnya *temperamen*. Dalam hubungan ini kita bisa menyatakan temperamennya penyedih, pemarah, atau ceria.

Kita akan berjumpa lagi dengan emosi ketika kita membicarakan imbauan emosional dalam psikologi pesan (Bab 6). Di sini cukuplah dikatakan bahwa dalam psikologi komunikasi, emosi memegang peranan yang penting. Emosi terlibat dalam komunikasi sejak proses penyandian, penyampaian pesan, bahkan sampai pada efek dalam diri komunikee.

Kepercayaan

Kepercayaan adalah komponen kognitif dari faktor sosiopsikologis. Kepercayaan di sini tidak ada hubungannya dengan hal-hal yang gaib, tetapi hanyalah "keyakinan bahwa sesuatu itu 'benar' atau 'salah' atas dasar bukti, sugesti otoritas, pengalaman, atau intuisi" (Hohler, et al., 1978:48). Jadi, kepercayaan dapat bersifat rasional atau irrasional. Anda percaya bahwa bumi itu bulat, bahwa rokok itu penyebab kanker, atau bahwa kemiskinan itu karena kemalasan. Kepercayaan memberikan perspektif pada manusia dalam mempersepsi kenyataan, memberikan dasar bagi pengambilan keputusan dan menentukan sikap terhadap objek sikap. Bila orang percaya bahwa cacar disebabkan oleh makhluk halus, sikapnya terhadap vaksinasi akan negatif, dan ia cenderung menolak pengobatan secara medis. Bila orang percaya bahwa anak mendatangkan rizki, kampanye KB tidak akan menghasilkan apa pun sebelum orang itu memperoleh kepercayaan yang baru.

Menurut Solomon E. Asch (1959:565—567), kepercayaan dibentuk oleh pengetahuan, kebutuhan, dan kepentingan. Pengetahuan berhubungan dengan jumlah informasi yang dimiliki seseorang. Banyak kepercayaan kita didasarkan pada pengetahuan yang tidak lengkap. Kita percaya bahwa seluruh pemuda di Amerika bergaul bebas, berdasarkan apa yang kita lihat dalam film atau kita baca dalam surat kabar dan majalah. Begitu pula banyak orang Amerika yang menduga bahwa peristiwa besar di negar-negara terbelakang hanyalah banjir, bencana alam, kelaparan, atau kudeta. Seorang Indonesia yang belajar di Amerika Serikat pernah tercengang ketika kawannya bertanya, apakah di Indonesia orang makan di atas kursi.

Kebutuhan dan kepentingan sering mewarnai kepercayaan kita. Aristoteles pernah memberikan argumentasi tentang pentingnya perbudakan, karena ia ingin mempertahankan lembaga yang ada. Pikiran

Galileo ditentang orang bukan karena pengetahuan yang dia berikan berbeda dengan apa yang diketahui orang banyak, tetapi juga karena penerimaan gagasan Galileo akan bertentangan dengan tatanan sosial yang ada pada waktu itu.

Kebiasaan

Komponen konatif dari faktor sosiopsikologis, seperti telah disebutkan di atas terdiri dari kebiasaan dan kemauan. Kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang menetap, berlangsung secara otomatis tidak direncanakan. Kebiasaan mungkin merupakan hasil pelaziman yang berlangsung pada waktu yang lama atau sebagai reaksi khas yang diulangi seseorang berkali-kali. Setiap orang mempunyai kebiasaan yang berlainan dalam menanggapi stimulus tertentu. Kebiasaan inilah yang memberikan pola perilaku yang dapat diramalkan.

Kemauan

Kemauan jarang dibicarakan secara khusus dalam buku-buku pengantar psikologi, walaupun orang sering menggunakan istilah "kuat kemauan" atau "kurang kemauan." "*Den Menschen macht seiner Wille gross und klein,*" ujar Heinrich Heine. Kemauanlah yang membuat orang besar atau kecil. Kemauan erat kaitannya dengan tindakan, bahkan ada yang mendefinisikan kemauan sebagai tindakan yang merupakan usaha seseorang untuk mencapai tujuan. Menurut Richard Dewey dan W.J. Humber, kemauan merupakan: (1) hasil keinginan untuk mencapai tujuan tertentu yang begitu kuat sehingga mendorong orang untuk mengorbankan nilai-nilai yang lain, yang tidak sesuai dengan pencapaian tujuan; (2) berdasarkan pengetahuan tentang, cara-cara yang diperlukan untuk mencapai tujuan; (3) dipengaruhi oleh kecerdasan dan energi yang diperlukan untuk mencapai tujuan; plus (4) pengeluaran energi yang sebenarnya dengan satu cara yang tepat untuk mencapai tujuan.

2.3 Faktor-faktor Situasional yang Mempengaruhi Perilaku Manusia

Delgado pernah melakukan beberapa eksperimen untuk mengubah karakter gibbon yang tenang menjadi agresif dengan merangsang salah satu bagian otaknya. Ketika dirangsang, seekor monyet menyerang monyet asing yang tinggal satu kandang, tetapi dengan rangsangan yang sama ia tidak menunjukkan sikap bermusuhan terhadap kawan betinanya. Reaksi

agresif diungkapkan berlainan pada situasi yang berlainan sehingga Delgado menyimpulkan bahwa respons otak sangat dipengaruhi oleh "setting" atau suasana yang melingkupi organisme (Packard, 1978:45).

Kesimpulan Delgado membawa kita kepada pengaruh situasional terhadap perilaku manusia. Edward G. Sampson merangkumkan seluruh faktor situasional sebagai berikut:

- I. * Aspek-aspek objektif dari lingkungan
 - a. faktor ekologis
 1. faktor geografis
 2. faktor iklim dan meteorologis
 - b. faktor desain dan arsitektural
 - c. faktor temporal
 - d. analisis suasana perilaku
 - e. faktor teknologis
 - f. faktor sosial
 1. struktur organisasi
 2. sistem peranan
 3. struktur kelompok
 4. karakteristik populasi
- II. Lingkungan psikososial seperti dipersepsi oleh kita
 - a. iklim organisasi dan kelompok
 - b. ethos dan iklim institusional dan kultural
- III. Stimuli yang mendorong dan memperteguh perilaku
 - a. orang lain
 - b. situasi pendorong perilaku (Sampson, 1976:13—14).

Faktor Ekologis

Kaum determinisme lingkungan sering menyatakan bahwa keadaan alam mempengaruhi gaya hidup dan perilaku. Banyak orang menghubungkan kemalasan bangsa Indonesia pada mata pencaharian bertani dan matahari yang selalu bersinar setiap hari. Sebagian pandangan mereka telah diuji dalam berbagai penelitian, seperti efek temperatur pada tindakan kekerasan, perilaku interpersonal, dan suasana emosional. Yang belum diteliti, antara lain pengaruh temperatur ruangan pada efektivitas komunikasi.

Faktor Rancangan dan Arsitektural

Dewasa ini telah tumbuh perhatian di kalangan para arsitek pada pengaruh lingkungan yang dibuat manusia terhadap perilaku penghuninya. Satu rancangan arsitektur dapat mempengaruhi pola komunikasi di antara orang-

orang yang hidup dalam naungan arsitektural tertentu. Osmond (1957) dan Sommer (1969) membedakan antara desain bangunan yang mendorong orang untuk berinteraksi (*sociopetal*) dan rancangan bangunan yang menyebabkan orang menghindari interaksi (*sociofugal*). Pengaturan ruangan juga telah terbukti mempengaruhi pola-pola perilaku yang terjadi di tempat itu.

Faktor Temporal

Telah banyak diteliti pengaruh waktu terhadap bioritma manusia. Misalnya, dari tengah malam sampai pukul 4 fungsi tubuh manusia berada pada tahap yang paling rendah, tetapi pendengaran sangat tajam; pada pukul 10, bila Anda orang introvert, konsentrasi dan daya ingat Anda mencapai puncaknya; pada pukul 3 sore orang-orang ekstrovert mencapai puncak dalam kemampuan analisis dan kreativitas (Panati, 1981:128). Tanpa mengetahui bioritma sekalipun banyak kegiatan kita diatur berdasarkan waktu; makan, pergi ke sekolah, bekerja, beristirahat, berlibur, beribadat, dan sebagainya. Satu pesan komunikasi yang disampaikan pada pagi hari akan memberikan makna yang lain bila disampaikan pada tengah malam. Jadi, yang mempengaruhi manusia bukan saja *di mana* mereka berada tetapi juga *bilamana* mereka berada.

Suasana Perilaku (Behavior Settings)

Selama bertahun-tahun, Roger Barker dan rekan-rekannya meneliti efek lingkungan terhadap individu. Lingkungan dibaginya ke dalam beberapa satuan yang terpisah, yang disebut *suasana perilaku*. Pesta, ruangan kelas, toko, rumah ibadat, pemandian, bioskop, adalah contoh-contoh suasana perilaku. Pada setiap suasana terdapat pola-pola hubungan yang mengatur perilaku orang-orang di dalamnya. Di masjid orang tidak akan berteriak keras, seperti dalam pesta orang tidak akan melakukan upacara ibadat. Dalam suatu kampanye di lapangan terbuka, komunikator akan menyusun dan menyampaikan pesan dengan cara yang berbeda daripada ketika ia berbicara di hadapan kelompok kecil di ruang rapat partainya.

Teknologi

Pengaruh teknologi terhadap perilaku manusia sudah sering dibicarakan orang. Revolusi teknologi sering disusul dengan revolusi dalam perilaku sosial. Alvin Tofler melukiskan tiga gelombang peradaban manusia yang terjadi sebagai akibat perubahan teknologi. Lingkungan teknologis (*technosphere*) yang meliputi sistem energi, sistem produksi, dan sistem distribusi, membentuk serangkaian perilaku sosial yang sesuai dengannya

(*sociosphere*). Bersamaan dengan itu tumbuhlah pola-pola penyebaran informasi (*infosphere*) yang mempengaruhi suasana kejiwaan (*psychosphere*) setiap anggota masyarakat. Dalam ilmu komunikasi, Marshall McLuhan (1964) menunjukkan bahwa *bentuk* teknologi komunikasi lebih penting daripada *isi* media komunikasi. Misalnya, kelahiran mesin cetak mengubah masyarakat *tribal* menjadi masyarakat yang berpikir logis dan individualis; sedangkan kelahiran televisi membawa manusia kembali pada kehidupan *neo-tribal*. Faham McLuhan ini akan kita bicarakan lebih lanjut pada bab 5.

Faktor-faktor Sosial

Sistem peranan yang ditetapkan dalam suatu masyarakat, struktur kelompok dan organisasi, karakteristik populasi, adalah faktor-faktor sosial yang menata perilaku manusia. Dalam organisasi, hubungan antara anggota dengan ketua diatur oleh sistem peranan dan norma-norma kelompok. Besar-kecilnya organisasi akan mempengaruhi jaringan komunikasi dan sistem pengambilan keputusan. Karakteristik populasi seperti usia, kecerdasan, karakteristik biologis, mempengaruhi pola-pola perilaku anggota-anggota populasi itu. Kelompok orang tua melahirkan pola perilaku yang pasti berbeda dengan kelompok anak-anak muda. Dari segi komunikasi, teori penyebaran inovasi (Rogers & Shoemaker, 1971) dan teori kritik (Habermas, 1979) memperlihatkan bagaimana sistem komunikasi sangat dipengaruhi oleh struktur sosial.

Lingkungan Psikososial

Persepsi kita tentang sejauh mana lingkungan memuaskan atau mengecewakan kita, akan mempengaruhi perilaku kita dalam lingkungan itu. Lingkungan dalam persepsi kita lazim disebut sebagai iklim (*climate*). Dalam organisasi, iklim psikososial menunjukkan persepsi orang tentang kebebasan individual, keketatan pengawasan, kemungkinan kemajuan, dan tingkat keakraban. Studi tentang komunikasi organisasional menunjukkan bagaimana iklim organisasi mempengaruhi hubungan komunikasi antara atasan dan bawahan, atau di antara orang-orang yang menduduki posisi yang sama. Para antropolog telah memperluas istilah iklim ini ke dalam masyarakat secara keseluruhan. Pola-pola kebudayaan yang dominan atau ethos, ideologi dan nilai dalam persepsi anggota masyarakat, mempengaruhi seluruh perilaku sosial. Ruth Benedict (1970), misalnya, membedakan antara masyarakat yang mempunyai *synergy* tinggi dengan masyarakat yang ber-*synergy* rendah. Pada masyarakat yang pertama, orang belajar sejak kecil bahwa ganjaran yang diterimanya terpaut erat dengan ganjaran kolektif. Cita-cita perorangan dicapai melalui usaha

bersama. Pada masyarakat seperti ini orang cenderung untuk mengurangi kepentingan dirinya, bersifat kompromistis. Perilaku sosial yang sebaliknya terjadi pada masyarakat yang ber-*synergy* rendah. Margareth Mead (1928), walaupun belakangan dikritik orang, mewakili aliran determinisme budaya, yang menunjukkan bagaimana nilai-nilai yang diserap anak pada waktu kecil mempengaruhi perilakunya di kemudian hari.

Stimuli yang Mendorong dan Memperteguh Perilaku

Beberapa peneliti psikologi sosial, seperti Fredericson Price, dan Bouffard (1972), meneliti kendala situasi yang mempengaruhi kelayakan melakukan perilaku tertentu. Ada situasi yang memberikan rentangan kelayakan perilaku (*behavioral appopriateness*), seperti situasi di taman, dan situasi yang banyak memberikan kendala pada perilaku, seperti gereja. Situasi yang permisif memungkinkan orang melakukan banyak hal tanpa harus merasa malu. Sebaliknya, situasi restriktif menghambat orang untuk berperilaku sekehendak hatinya.

Faktor-faktor situasional yang diuraikan di atas tidaklah mengesampingkan faktor-faktor personal yang disebut sebelumnya. Kita mengakui besarnya pengaruh situasi dalam menentukan perilaku manusia. Tetapi manusia memberikan reaksi yang berbeda-beda terhadap situasi yang dihadapinya, sesuai dengan karakteristik personal yang dimilikinya. Perilaku manusia memang merupakan hasil interaksi yang menarik antara keunikan individual dengan keumuman situasional.

BAB 3

SISTEM KOMUNIKASI INTRAPERSONAL

Un ignorant herita
D'un manuscrit, qu'il porta
Chez son voisin le libraire
"Je crois, dit-il, qu'il est bon;
Mais le moindre ducaton
Serait bien mieux mon affaire."*

Jean de la Fontaine

Ketika Kusni Kasdut dihukum mati, di Jakarta muncul kelompok orang berkaus dengan tulisan "Hapus Hukuman Mati". Mereka menyebut hukuman mati sebagai tindakan membalas dendam "yang meruntuhkan nilai-nilai kemanusiaan", merampas hak paling dasar, dan meniadakan kemungkinan bertaubat. Proses persuasi sudah dimulai. Berbagai reaksi timbul. Seorang pengacara mendukung gerakan ini dengan alasan: hukuman mati adalah pembunuhan yang dilegalisasi dan menurut falsafah hukum modern, pemidanaan tidak untuk membalas dendam, tapi untuk mendidik dan memperbaiki manusia yang rusak. Seorang tokoh Islam menentangnya. Hukuman mati, katanya dibenarkan oleh Islam bagi kejahatan mencabut nyawa sesamanya — bila keluarga korban tidak memaafkannya. Ancaman hukuman yang keras tak lain demi terpeliharanya ketertiban masyarakat. Seorang rohaniwan Katolik lain lagi komentarnya, "Gereja Katolik menentang hukuman mati. Tidak sesuai dengan martabat manusia dan semangat Injil". Tetapi apa kata tukang becak? "Itu bukan urusan saya — lebih penting urusan perut." (*Tempo*, 16 Februari 1980)

*) Seorang jahil mendapat warisan
Sebuah naskah yang ia bawakan
Ke rumah tetangga penjual bacaan *
Seraya berkata: "Buku ini kukira berharga
Tetapi setelan uang
Lebih dapat membuat diriku senang."

La Fontaine, Fables et Epitres

Peristiwa di atas mengungkapkan bagaimana stimuli — dalam hal ini, pesan komunikasi "Hapuskan hukuman mati!" — telah melahirkan tanggapan yang beraneka ragam. Walaupun peristiwanya sama, orang akan menanggapinya berbeda-beda, sesuai dengan keadaan dirinya. Secara psikologis kita dapat mengatakan bahwa setiap orang mempersepsi stimuli sesuai dengan karakteristik personalnya. Dalam ilmu komunikasi kita berkata, pesan diberi makna berlainan oleh orang yang berbeda. *Words don't mean; people mean.* Kata-kata tidak mempunyai makna; oranglah yang memberi makna.

Bab ini akan menguraikan bagaimana orang menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya, dan menghasilkannya kembali. Proses pengolahan informasi, yang di sini kita sebut komunikasi intrapersonal, meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Sensasi adalah proses menangkap stimuli. Persepsi ialah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Dengan kata lain, persepsi mengubah sensasi menjadi informasi. Memori adalah proses menyimpan informasi dan memanggilnya kembali. Berpikir adalah mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan respons.

3.1 Sensasi

Tahap paling awal dalam penerimaan informasi ialah sensasi. Sensasi berasal dari kata "sense", artinya alat penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. "Bila alat-alat indera mengubah informasi menjadi impuls-impuls saraf — dengan 'bahasa' yang difahami oleh ('komputer') otak — maka terjadilah proses sensasi," kata Dennis Coon (1977:79). "Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera," tulis Benyamin B. Wolman (1973:343).

Apa pun definisi sensasi, fungsi alat indera dalam menerima informasi dari lingkungan sangat penting. Melalui alat indera, manusia dapat memahami kualitas fisik lingkungannya. Lebih dari itu, melalui alat indera manusia memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk beraksi dengan dunianya. Tanpa alat indera manusia sama, bahkan mungkin lebih dari rumput-rumputan, karena rumput dapat juga mengindera cahaya dan humiditas (Lefrancois, 1974:39).

Mungkin benar anggapan filsuf John Locke bahwa "t

in the mind except what was first in the senses" (tidak ada apa-apa dalam jiwa kita kecuali harus lebih dulu lewat alat indera). Dan benar juga anggapan filsuf lain, Berkeley, bahwa andaikan kita tidak mempunyai alat indera, dunia ini tidak akan ada. Anda tidak tahu ada harum rambut yang baru disemprot *hairspray*, bila tidak ada indera pencium. Sentuhan lembut istri Anda tidak akan disadari, kalau indera peraba Anda sudah mati. Lalu Anda tidak mendengar ada yang membisikkan ucapan kasih di telinga Anda, tidak melihat senyuman manis yang dialamatkan kepada Anda. Dunia Anda tidak teraba, terdengar, tercium, terlihat – artinya tidak ada sama sekali.

Kita mengenal lima alat indera atau pancaindera. Psikologi menyebut sembilan (bahkan ada yang menyebut sebelas) alat indera: penglihatan, pendengaran, kinestésis, vestibular, perabaan, temperatur, rasa sakit, perasa, dan penciuman. Kita dapat mengelompokkannya pada tiga macam indera penerima, sesuai dengan sumber informasi. Sumber informasi boleh berasal dari dunia luar (eksternal) atau dari dalam diri individu sendiri (internal). Informasi dari luar diindera oleh *eksteroseptor* (misalnya, telinga atau mata). Informasi dari dalam diindera oleh *interoseptor* (misalnya, sistem peredaran darah). Selain itu, gerakan tubuh kita sendiri diindera oleh *proprioseptor* (misalnya, organ vestibular).

Apa saja yang menyentuh alat indera – dari dalam atau dari luar – disebut stimuli. Saat ini Anda sedang membaca tulisan saya (stimuli eksternal), padahal pikiran Anda sedang diganggu oleh perjanjian utang yang habis waktu hari ini (stimuli internal). Anda serentak menerima dua macam stimuli. Alat penerima Anda segera mengubah stimuli ini menjadi energi saraf untuk disampaikan ke otak melalui proses *transduksi*. Agar dapat diterima pada alat indera Anda, stimuli harus cukup kuat. Batas minimal intensitas stimuli disebut *ambang mutlak* (absolute threshold). Mata, misalnya, hanya dapat menangkap stimuli yang mempunyai panjang gelombang cahaya antara 380 sampai 780 nanometer. Telinga manusia hanya dapat mendeteksi frekuensi gelombang suara yang berkisar antara 20 sampai 20.000 hertz. Manusia akan sanggup menerima temperatur 10°C sampai 45°C. Di bawah 10°C ia akan menggigil dengan perasaan dingin yang mencekam. Di atas 48°C, ia akan meringis kepanasan.

Sampai di sini, kita hanya membicarakan faktor situasional yang mempengaruhi sensasi. Ketajaman sensasi juga ditentukan oleh faktor-faktor personal. Pada tahun 30-an, beberapa orang peneliti menemukan bahwa *phenylthiocarbomide* (ptc) yang terasa pahit bagi sebagian orang, tidak pahit bagi yang lain. "We live in different taste wolds", kata Blakesley, salah seorang di antara peneliti tersebut. Sebetulnya, ia bukan

hal yang aneh; banyak orang mengetahui bahwa masakan Padang yang sangat pedas bagi orang Jawa, ternyata biasa-biasa saja bagi orang Sumatra Barat. Perbedaan sensasi, dengan begitu, dapat disebabkan oleh perbedaan pengalaman atau lingkungan budaya, di samping kapasitas alat indera yang berbeda. Sebagaimana kacamata menunjukkan berbagai ukuran, seperti itu pula alat indera yang lain (walaupun tidak ada kaca lidah, kaca kulit, atau kaca kuping).

Perbedaan kapasitas alat indera menyebabkan perbedaan dalam memilih pekerjaan atau jodoh, mendengarkan musik, atau memutar radio. Yang jelas sekali, sensasi mempengaruhi persepsi. Lalu, apa yang disebut persepsi?

3.2 Persepsi

Anda sekarang sudah membaca sampai halaman ini. Letakkan buku dalam keadaan terbuka kira-kira 50 cm di muka Anda. Anda melihat huruf-huruf yang kabur. Dekatkan buku ini pada mata Anda perlahan-lahan. Sekarang huruf-hurufnya tampak jelas. Inilah sensasi. Ketika Anda melihat huruf, merangkaikannya dalam kalimat dan mulai menangkap makna dari apa yang Anda baca, terjadilah persepsi.

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (sensory stimuli). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori. (Desiderato, 1976:129).

Anda melihat kawan Anda sedang melihat-lihat etalase toko. Anda menyergapnya dari belakang, "Bangsat, lu. Udah lupa sama aku, ya!" Orang itu membalik. Anda terkejut. Ia bukan kawan Anda, tetapi orang yang tidak pernah Anda kenal seumur hidup Anda. Ini bukan kesalahan sensasi. Ini kekeliruan persepsi. Bila dosen mengucapkan "Bagus", tetapi Anda mendengar "Agus", Anda keliru sensasi. Tetapi bila saya mengucapkan "Anda cerdas sekali", lalu Anda menerima pujian saya dengan berang, karena Anda kira saya mempermainkan Anda, Anda salah mempersepsi pesan saya.

Persepsi, seperti juga sensasi, ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional. David Krech dan Richard S. Crutchfield (1977:235) menyebutnya *faktor fungsional dan faktor struktural*. Sebelum membahas

hal itu, marilah kita mulai dengan faktor lainnya yang sangat mempengaruhi persepsi, yakni perhatian.

3.2.1 Perhatian (Attention)

"Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah", demikian definisi yang diberikan oleh Kenneth E. Andersen (1972:46), dalam buku yang ditulisnya sebagai pengantar pada teori komunikasi. Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain.

Faktor Eksternal Penarik Perhatian

Apa yang kita perhatikan ditentukan oleh faktor-faktor situasional dan personal. Faktor situasional terkadang disebut sebagai *determinan perhatian yang bersifat eksternal* atau penarik perhatian (*attention getter*). Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain: gerakan, intensitas stimuli, kebaruan, dan perulangan.

Gerakan. Seperti organisme yang lain, manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. Kita senang melihat huruf-huruf dalam *display* yang bergerak menampilkan nama barang yang diiklankan. Pada tempat yang dipenuhi benda-benda mati, kita akan tertarik hanya kepada tikus kecil yang bergerak.

Intensitas Stimuli. Kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain. Warna merah pada latar belakang putih, tubuh jangkung di tengah-tengah orang pendek, suara keras di malam sepi, iklan setengah halaman dalam surat-kabar, atau tawaran pedagang yang paling nyaring di pasar malam, sukar lolos dari perhatian kita.

Kebaruan (Novelty). Hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda, akan menarik perhatian. Beberapa eksperimen membuktikan stimuli yang luar biasa lebih mudah dipelajari atau diingat. Karena alasan inilah maka orang mengejar novel yang baru terbit, film yang baru beredar, atau kendaraan yang memiliki rancangan mutakhir (Karena itu pula mengapa umumnya istri muda lebih disenangi dari istri pertama). Pemasang iklan sering memanipulasikan unsur kebaruan ini dengan menonjolkan yang luar biasa dari barang atau jasa yang ditawarkannya. Media massa juga tidak henti-hentinya menyajikan program-program baru. Tanpa hal-hal yang baru, stimuli menjadi monoton, membosankan, dan lepas dari perhatian.

Perulangan. Hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan

sedikit variasi, akan menarik perhatian. Di sini, unsur "familiarity" (yang sudah kita kenal) berpadu dengan unsur "novelty" (yang baru kita kenal). Perulangan juga mengandung unsur sugesti: mempengaruhi bawah sadar kita. Bukan hanya pemasang iklan, yang mempopulerkan produk dengan mengulang-ulang "jingles" atau slogan-slogan, tetapi juga kaum politisi memanfaatkan prinsip perulangan. Emil Dofivat (1968), tokoh aliran publisistik Jerman, bahkan menyebut perulangan sebagai satu di antara tiga prinsip penting dalam menaklukkan massa.*

Faktor Internal Penaruh Perhatian

Pernah satu saat di Goettingen berkumpul para psikolog dan ilmuwan lainnya. Di tengah-tengah persidangan, tiba-tiba pintu terbuka dan seorang pria berpakaian pelawak masuk ruangan, disusul orang kulit hitam yang memakai jas hitam, dasi merah, dan celana putih. Kedua orang itu bertengkar dan berkelahi di hadapan peserta konferensi. Terdengar tembakan, lalu keduanya melarikan diri lewat pintu yang terbuka. Kejadian ini sudah direncanakan, diatur, dan difoto secara diam-diam. Setelah itu, pemimpin sidang memohon para ilmuwan untuk menuliskan laporan lengkap dari apa yang mereka dengar dan lihat, untuk digunakan buat kepentingan penyidikan polisi. Empat puluh ilmuwan menulis laporan kesaksian itu. Tidak seorang pun yang menyajikan laporan yang lengkap; hanya enam laporan tidak salah dalam menyebutkan fakta; dua belas laporan tidak menyebutkan 50 persen fakta yang terjadi. Hanya empat orang yang menulis bahwa orang kulit hitam itu tidak memakai topi. Jasnya dikatakan berwarna merah, coklat, hitam, biru, atau berwarna seperti topi (Brooks, 1974:23).

Peristiwa ini bukan saja menunjukkan betapa lemahnya alat indera kita, tetapi juga menunjukkan perhatian yang selektif (*selective attention*). Apa yang menjadi perhatian kita lolos dari perhatian orang lain, atau sebaliknya. Ada kecenderungan kita melihat apa yang ingin kita lihat, kita mendengar apa yang ingin kita dengar. Perbedaan perhatian ini timbul

*) Dofivat menyebut tiga prinsip dalam menggerakkan massa (die Grundgesetze der Massenführung):

1. *Die Geistige Vereinfachung*: Tema-tema yang disampaikan harus disajikan dengan bahasa yang sederhana dan jelas.

2. *Die hammernde Wiederholung*: Gagasan yang sama diulang-ulang berkali-kali dengan cara penyajian yang mungkin beraneka ragam. Dofivat mengutip Aldous Huxley dalam *brave New World* bahwa kebenaran adalah kebohongan dikalikan dengan 62.000.

3. *Die gefühlsmässige Steigerung*: Penggunaan emosi secara intensif. Emosi itu antara lain kebencian, rasa belas kasihan, perasaan bersalah, keinginan menonjol (Dofivat, 1968:114-164).

dari faktor-faktor internal dalam diri kita. Sambil mengulang apa yang kita baca pada Bab 2, inilah beberapa contoh faktor yang mempengaruhi perhatian kita.

Faktor-faktor Biologis. Dalam keadaan lapar, seluruh pikiran didominasi oleh makanan. Karena itu, bagi orang lapar, yang paling menarik perhatiannya adalah makanan. Yang kenyang akan menaruh perhatian pada hal-hal yang lain. Anak muda yang baru saja menonton film porno, akan cepat melihat stimuli seksual di sekitarnya.

Faktor-faktor Sosiopsikologis. Berikan sebuah foto yang menggambarkan kerumunan orang banyak di sebuah jalan sempit. Tanyakan apa yang mereka lihat. Setiap orang akan melaporkan hal yang berbeda. Tetapi seorang pun tidak akan dapat melaporkan berapa orang terdapat pada gambar itu, kecuali kalau sebelum melihat foto mereka memperoleh pertanyaan itu. Bila kita ditugaskan untuk meneliti berapa orang mahasiswi berada di kelas, kita tidak akan dapat menjawab berapa orang di antara mereka yang berbaju merah.

Motif sosiogenis, sikap, kebiasaan, dan kemauan, mempengaruhi apa yang kita perhatikan. Dalam perjalanan naik gunung, geolog akan memperhatikan batuan; ahli botani, bunga-bunga; ahli zoologi, binatang; seniman, warna dan bentuk; orang yang bercinta, entahlah (Lefrancois, 1974:56). Menurut sebuah anekdot, bila Anda ingin mengetahui dari suku mana kawan Anda berasal, bawalah mereka berjalan-jalan. Tanyakan berapa perempatan yang telah dilewati. Yang dapat menjawab pertanyaan ini pastilah orang Padang (umumnya mereka pedagang kakilima). Tanyakan berapa pagar tanaman hidup yang telah dilihatnya. Yang dapat menjawab pasti orang Sunda (karena mereka menyenangi sayur-sayuran). Tanyakan berapa kuburan keramat yang ada. Hanya orang Jawa yang bisa menjawab (Mengapa?). Tentu saja anekdot bukanlah proposisi ilmiah. Tetapi anekdot ini menggambarkan bagaimana latar belakang kebudayaan, pengalaman, dan pendidikan, menentukan apa yang kita perhatikan.

Kenneth E. Andersen (1972:51—52) menyimpulkan dalil-dalil tentang perhatian selektif yang harus diperhatikan oleh ahli-ahli komunikasi.

- 1) Perhatian itu merupakan proses yang aktif dan dinamis, bukan pasif dan reflektif. Kita secara sengaja mencari stimuli tertentu dan mengarahkan perhatian kepadanya. Sekali-sekali, kita mengalihkan perhatian dari stimuli yang satu dan memindahkannya pada stimuli yang lain.
- 2) Kita cenderung memperhatikan hal-hal tertentu yang penting, menonjol, atau melibatkan diri kita.

- 3) Kita menaruh perhatian kepada hal-hal tertentu sesuai dengan kepercayaan, sikap, nilai, kebiasaan, dan kepentingan kita. Kita cenderung memperkokoh kepercayaan, sikap, nilai, dan kepentingan yang ada dalam mengarahkan perhatian kita, baik sebagai komunikator atau komunika
- 4) Kebiasaan sangat penting dalam menentukan apa yang menarik perhatian, tetapi juga apa yang secara potensial akan menarik perhatian kita. Kita cenderung berinteraksi dengan kawan-kawan tertentu, membaca majalah tertentu, dan menonton acara TV tertentu. Hal-hal seperti ini akan menentukan rentangan hal-hal yang memungkinkan kita untuk menaruh perhatian.
- 5) Dalam situasi tertentu kita secara sengaja menstrukturkan perilaku kita untuk menghindari terpaan stimuli tertentu yang ingin kita abaikan.
- 6) Walaupun perhatian kepada stimuli berarti stimuli tersebut lebih kuat dan lebih hidup dalam kesadaran kita, tidaklah berarti bahwa persepsi kita akan betul-betul cermat. Kadang-kadang konsentrasi yang sangat kuat mendistorsi persepsi kita.
- 7) Perhatian tergantung kepada kesiapan mental kita; kita cenderung mempersepsi apa yang memang ingin kita persepsi.
- 8) Tenaga-tenaga motivasional sangat penting dalam menentukan perhatian dan persepsi. Tidak jarang efek motivasi ini menimbulkan distraksi atau distorsi (meloloskan apa yang patut diperhatikan, atau melihat apa yang sebenarnya tidak ada).
- 9) Intensitas perhatian tidak konstan.
- 10) Dalam hal stimuli yang menerima perhatian, perhatian juga tidak konstan. Kita mungkin memfokuskan perhatian kepada objek sebagai keseluruhan, kemudian pada aspek-aspek objek itu, dan kembali lagi kepada objek secara keseluruhan.
- 11) Usaha untuk mencurahkan perhatian sering tidak menguntungkan karena usaha itu sering menuntut perhatian. Pada akhirnya, perhatian terhadap stimuli mungkin akan berhenti.
- 12) Kita mampu menaruh perhatian pada berbagai stimuli secara serentak. Makin besar keragaman stimuli yang mendapat perhatian, makin kurang tajam persepsi kita pada stimuli tertentu.
- 13) Perubahan atau variasi sangat penting dalam menarik dan mempertahankan perhatian.

3.2.2 Faktor-faktor Fungsional yang Menentukan Persepsi

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal.