



SISTEM KOMUNIKASI INTERPERSONAL

BENAZIR BONA PRATAMAWATY, M.I.Kom
PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PADJADJARAN

POIN-POIN PENTING

Persepsi Interpersonal

- ❑ Pengaruh faktor-faktor situasional pada persepsi interpersonal
 1. Deskripsi verbal
 2. Petunjuk proksemik
 3. Petunjuk kinesik
 4. Petunjuk wajah
 5. Petunjuk paralinguistic
 6. Petunjuk artifaktual

- ❑ Pengaruh faktor-faktor personal pada persepsi interpersonal
 1. Pengalaman
 2. Motivasi
 3. Kepribadian



POIN-POIN PENTING

Persepsi Interpersonal

❑ Proses Pembentukan Kesan

1. *Stereotyping*
2. *Implicit personality theory*
3. Atribusi

❑ Proses Pengelolaan Kesan (*Impression management*)

- ❑ Pengaruh persepsi interpersonal pada komunikasi interpersonal
Kegagalan komunikasi dapat diperbaiki bila orang menyadari bahwa persepsinya mungkin salah. Komunikasi interpersonal kita akan menjadi lebih baik bila kita mengetahui bahwa persepsi kita bersifat subjektif dan cenderung keliru.



POIN-POIN PENTING

Konsep Diri

❑ Faktor-faktor yang memengaruhi konsep diri

1. Orang lain
2. Kelompok rujukan (*Reference Group*)

❑ Pengaruh konsep diri pada komunikasi interpersonal

1. Nubuat yang dipenuhi sendiri
2. Membuka diri
3. Percaya diri (*Self confidence*)
4. Selektivitas (terpaan selektif, persepsi selektif, dan ingatan selektif)



POIN-POIN PENTING

Atraksi Interpersonal

❑ Faktor-faktor yang memengaruhi atraksi interpersonal

1. Kesamaan karakteristik personal
2. Tekanan emosional (stress)
3. Harga diri yang rendah
4. Isolasi sosial

❑ Faktor-faktor situasional yang memengaruhi atraksi interpersonal

1. Daya Tarik fisik
2. Ganjaran (*Reward*)
3. Keakraban (*Familiarity*)
4. Kedekatan (*Proximity*)
5. Kemampuan (*Competence*)

❑ Pengaruh atraksi interpersonal pada komunikasi interpersonal

1. Penafsiran pesan dan penilaian
2. Efektivitas komunikasi



POIN-POIN PENTING

Hubungan Interpersonal

❑ Teori-teori Hubungan Interpersonal

1. Model pertukaran sosial
2. Model peranan
3. Model permainan
4. Model interaksional

❑ Tahap-tahap Hubungan Interpersonal

1. Pembentukan hubungan interpersonal
2. Peneguhan hubungan interpersonal
3. Pemutusan hubungan interpersonal

❑ Faktor-faktor yang menumbuhkan hubungan interpersonal dalam komunikasi interpersonal

1. Penafsiran (*Trust*)
2. Sikap suportif
3. Sikap terbuka





SISTEM KOMUNIKASI KELOMPOK

BENAZIR BONA PRATAMAWATY, M.I.Kom
PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PADJADJARAN

POIN-POIN PENTING

- ❑ Kelompok menentukan cara Anda berkata, berpakaian, bekerja – juga keadaan emosi Anda, suka dan duka Anda.
- ❑ Komunikasi kelompok telah digunakan untuk saling bertukar informasi, menambah pengetahuan, memperteguh atau mengubah sikap dan perilaku, mengembangkan Kesehatan jiwa, dan meningkatkan kesadaran



POIN-POIN PENTING

Kelompok dan Pengaruhnya pada Perilaku Komunikasi

- ❑ Klasifikasi Kelompok
 1. Kelompok primer dan kelompok sekunder
 2. *Ingroup* dan *outgroup*
 3. Kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan
 4. Kelompok deskriptif dan kelompok preskriptif

- ❑ Pengaruh kelompok pada perilaku komunikasi
 1. Konformitas
 2. Fasilitasi sosial
 3. Polarisasi



POIN-POIN PENTING

Faktor-faktor yang Memengaruhi Keefektifan Kelompok

- ❑ Faktor Situasional: Karakteristik Kelompok
 1. Ukuran kelompok
 2. Jaringan komunikasi
 3. Kohesi kelompok
 4. Kepemimpinan

- ❑ Faktor Personal: Karakteristik Anggota Kelompok
 1. Kebutuhan Interpersonal (Inklusi, Kontrol, Afeksi)
 2. Tindak komunikasi
 3. Peranan



POIN-POIN PENTING

Bentuk-bentuk Komunikasi Kelompok

- ❑ Komunikasi Kelompok Deskriptif
 1. Kelompok tugas: Model Fisher
 2. Kelompok pertemuan: Model Bennis dan Shepherd
 3. Kelompok penyadar: Model Chesebro, Cragan, dan McCullough

- ❑ Komunikasi Kelompok Preskriptif
 1. Format diskusi
 2. Sistem agenda pemecahan masalah





SISTEM KOMUNIKASI MASSA

BENAZIR BONA PRATAMAWATY, M.I.Kom
PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PADJADJARAN

Sebutkan jenis-jenis media massa yang anda ketahui.

Go to www.menti.com and use the code **44637376**



INTRODUCTION

- ❑ Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.
- ❑ Secara sederhana, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film.



Open Whiteboard

Ciri-ciri komunikasi massa



EMPAT TANDA POKOK KOMUNIKASI MASSA (ELIZABETH-NOELLE NEUMANN, 1973)

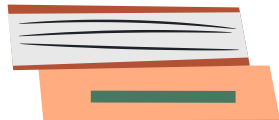
01.

Pengendalian
arus informasi



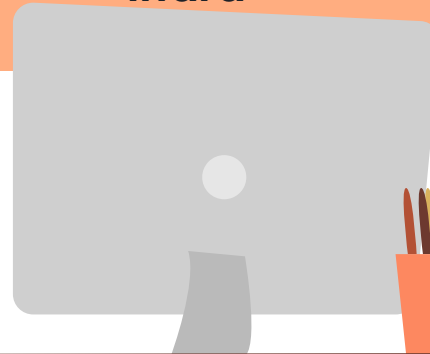
02.

Umpan balik



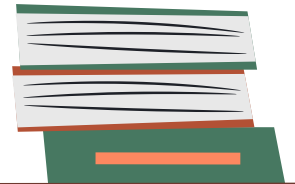
03.

Stimulasi alat
indra



04.

Proporsi unsur
isi dengan
hubungan



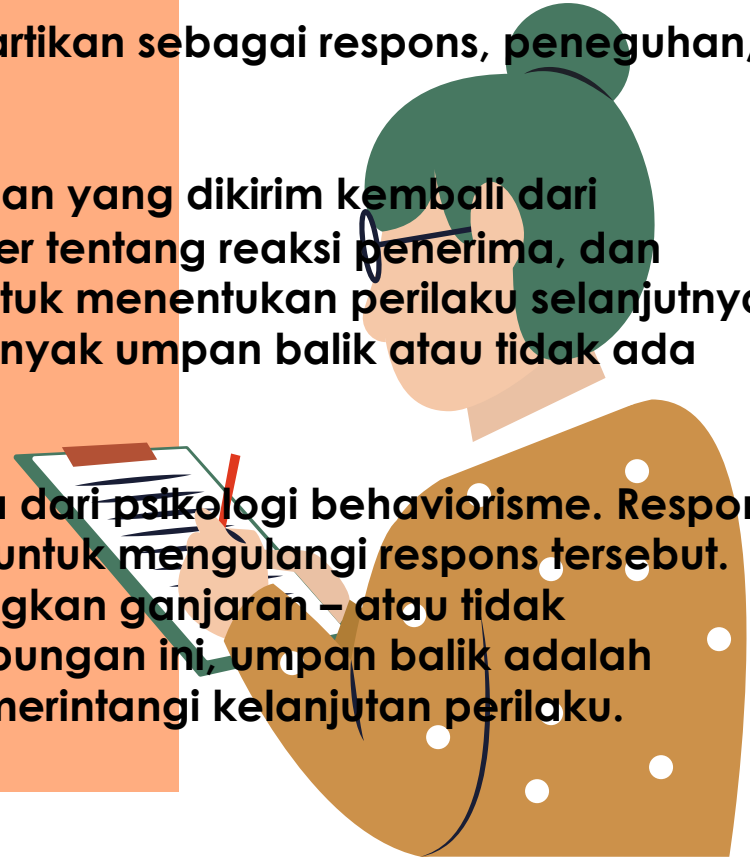
#1 Pengendalian Arus Informasi

- ❑ Perbedaan mendasar komunikasi massa dengan komunikasi interpersonal adalah pada pengendalian arus informasi.
- ❑ Dalam komunikasi interpersonal, kedua peran, baik komunikator maupun komunika te secara bersama-sama dapat mengendalikan arus informasi seperti yang mereka kehendaki. Komunika te dapat menambah informasi yang komunikator berikan. Komunikator juga dapat mengubah informasi yang disampaikan nya karena reaksi yang komunikator terima dari komunika te.
- ❑ Keadaan ini memengaruhi efek psikologi peristiwa komunikasi.
- ❑ Menurut Cassata dan Asante (1979), **bila arus komunikasi hanya dikendalikan oleh komunikator, situasi dapat menunjang persuasi yang efektif. Sebaliknya, bila khalayak dapat mengatur arus informasi, situasi komunikasi akan mendorong belajar yang efektif.**
- ❑ Dalam komunikasi massa, komunikator sulit menyesuaikan pesannya dengan reaksi komunika te.



#2 Umpan Balik

- ❑ Dalam komunikasi, umpan balik dapat diartikan sebagai respons, penguatan, dan servomekanisme internal.
- ❑ Sebagai respons, umpan balik adalah pesan yang dikirim kembali dari penerima ke sumber, memberi tahu sumber tentang reaksi penerima, dan memberikan landasan kepada sumber untuk menentukan perilaku selanjutnya. Ada situasi ketika saluran mengangkut banyak umpan balik atau tidak ada umpan balik sama sekali.
- ❑ Umpan balik sebagai penguatan bermula dari psikologi behaviorisme. Respons yang diperteguh akan mendorong orang untuk mengulangi respons tersebut. Sebaliknya, respons yang tidak mendatangkan ganjaran – atau tidak diperteguh – akan dihilangkan. Dalam hubungan ini, umpan balik adalah respons yang berfungsi mendorong atau merintangi kelanjutan perilaku.



#3 Simulasi Alat Indra

- ❑ Dalam komunikasi massa, stimulus alat indra bergantung pada jenis media massa.
- ❑ Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat.
- ❑ Pada radio dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar.
- ❑ Pada televisi dan film, khalayak mendengar dan melihat.



#4 Proporsi Unsur Isi dengan Hubungan



- Sistem komunikasi massa menekankan pada unsur isi. Isilah yang penting alih-alih hubungan.
- Berita disusun berdasarkan sistem tertentu dan ditulis dengan menggunakan tanda-danda baca dan pembagian paragraph yang tertib.
- Pesan media massa juga dapat dilihat atau didengar kembali.
- Pesan media massa dapat disimpan, diklasifikasi, dan didokumentasikan.

Faktor-faktor yang Memengaruhi Reaksi Khalayak pada Komunikasi Massa

- ❑ Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.
- ❑ Secara sederhana, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film.



Faktor-faktor yang Memengaruhi Reaksi Khalayak pada Komunikasi Massa

- ❑ Teori DeFleur dan Ball Rokeach tentang Pertemuan dengan Media, berdasarkan 3 kerangka teoritis:
 1. Perspektif perbedaan individual,
 2. Perspektif kategori sosial,
 3. Perspektif hubungan sosial

- ❑ Pendekatan Motivasi dan *Uses and Gratification*
 1. Motif kognitif dan gratifikasi media
 2. Motif afektif dan gratifikasi media



Efek Komunikasi Massa

- ❑ **Efek Kehadiran Media Massa**

- ❑ **Efek Kognitif Komunikasi Massa**
 1. Pembentukan dan perubahan citra
 2. Agenda setting
 3. Efek prososial kognitif

- ❑ **Efek Afektif Komunikasi Massa**
 1. Pembentukan dan perubahan sikap
 2. Rangsangan emosional
 3. Rangsangan seksual

- ❑ **Efek Behavioral Komunikasi Massa**
 1. Efek prososial behavioral
 2. Agresi sebagai efek komunikasi massa
 3. Teori efek sosial komunikasi massa





SUBMIT YOUR QUESTION(S)

THANK YOU

CREDITS:

This presentation template was created by [Slidesgo](#), including icons by [Flaticon](#), and infographics & images by [Freepik](#).

Please keep this slide for attribution.