

1089

PSIKOLOGI KOMUNIKASI: SATU TINJAUAN LITERATUR

Mariam Abd Majid, Sahlawati Abu Bakar, Mohamad Yusuf Marlon, Nursyafiq Bokhari
Fakulti Pengajian Peradaban Islam, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
mariam@kuis.edu.my

ABSTRAK

Psikologi komunikasi bermaksud bagaimana untuk mencapai komunikasi yang efektif dalam interaksi manusia. Memahami manusia menjadi suatu perkara utama jika inginkan sesuatu mesej yang disampaikan berhasil atau efektif dalam berkomunikasi dengan manusia lain. Selain itu psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan dan mengendalikan peristiwa mental dan perilaku komunikasi. Artikel ini merupakan penulisan tinjauan literatur. Hasil carian menemukan 8 artikel berkaitan psikologi komunikasi. Dapatan maklumat daripada keseluruhan artikel mendapati psikologi komunikasi melihat kepada penyampaian, mesej dan penerima. Elemen psikologi komunikasi meliputi penyampai yang menyampaikan mesej kepada penerima melalui cara tersendiri. Namun, penyampaian yang digunakan termasuklah “encode” and “decode” dalam tingkah laku dan komunikatif. Cara penyampaian juga mendapat perhatian daripada penerima mesej agar komunikasi yang digunakan adalah efektif. Adalah diharapkan dapatan ini menyumbang manfaat dalam memastikan mesej yang disampaikan oleh komunikator itu memberi impak yang positif dan penerima mesej memahami apa sebenarnya tujuan dan matlamat yang diinginkan disampaikan.

Kata Kunci: Psikologi, komunikasi, mesej, kajian, literatur.

1.0 PENGENALAN

Psikologi komunikasi berkait rapat dengan cara bagaimana seseorang mencapai komunikasi yang efektif ketika berinteraksi dengan manusia lain. Menurut George A. Miller (1967), psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan dan mengendalikan peristiwa ingatan dan tingkah laku komunikasi individu tersebut. Psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respon yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respon yang terjadi pada masa yang akan datang. Selain itu, definisi yang lain adalah “*Psychology is the science that attempts to describe, predict and control mental and behavioral event*”. Komunikasi adalah suatu perkara sosial, peristiwa yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lain. Pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi. (Nikmah Hadiati Salisah, 2015) Menurut Fisher dalam buku Jalaludin Rahmat (1994) pendekatan psikologi komunikasi memiliki empat ciri-ciri iaitu penerimaan rangsangan deria (*Sensory Reception of Stimuli*), pengantaraan dalaman rangsangan (*Internal Mediation of Stimuly*), ramalan tindak balas (*Prediction of Response*) dan penguat balas tindak balas (*Reinforcement of Response*) (Jalaludin, 1994)

Dalam buku *Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*, menerangkan bahawa dalam psikologi komunikasi yang terpenting adalah gejala kejiwaan yang ada pada aliran psikologi, dan sangat bermanfaat untuk menganalisis proses komunikasi interpersonal, ketika orang sedang melakukan proses interpretasi dari suatu stimulus, bermula dengan sensasi, asosiasi, persepsi, memori, sampai dengan berfikir, sesuai juga jika ingin mengirim atau pun membuat pesanan. (Nikmah Hadiati Salisah, 2015)

Selain itu, psikologi komunikasi merangkumi unsur-unsur dan tahap komunikasi yang berbeza dalam individu seperti penyerapan, interpretasi dan reaksi. Penyerapan maklumat luar melalui organ rasa kita hanya menyerap bunyi dan warna, selain kata-kata yang dituturkan dan semua data luaran yang diberikan kepada kami. Unsur dalam analisis tafsiran maklumat melibatkan penggunaan mekanisme otak dan menganalisis rangsangan luaran serta butir-butir seperti ekspresi dan isyarat lisan dan tidak lisan, maka tafsiran adalah proses subjektif. Reaksi terhadap maklumat menggunakan laluan komunikasi fizikal seperti ucapan, bahasa atau ekspresi melalui pergerakan wajah dan tubuh. Reaksi adalah hasil subjektif dan proses yang objektif. Ini kerana apabila dibentangkan dengan rangsangan tertentu kita semua mempunyai satu set respons yang boleh diramal yang objektif tetapi bergantung kepada bagaimana kita mentafsirkan keadaan secara subjektif; reaksi mungkin berbeza-beza. (Kharkiv, 2016)

Kini jelas menunjukkan maksud dan pandangan berkenaan psikologi komunikasi yang perlu diberi pendedahan dalam kehidupan masyarakat hari ini demi memastikan setiap yang disampaikan dalam komunikasi lebih berkesan dan diterima dengan arahan yang jelas dan tepat.

2.0 METODOLOGIKAJIAN

2.1 RekaBentuk Kajian

Kajian ini menggunakan kaedah tinjauan literatur sistematik. Terdapat beberapa kaedah penulisan kajian literatur sistematik yang diperkenalkan antaranya oleh Kitchenham & Charters (2007), Okali & Schabram (2010), Denyer & Tranfield (2009) dan Levy & Ellis (2006). Penulisan artikel kajian literatur sistematik ini mengikut Kitchenham & Charters (2007) yang menyusun langkah dalam penulisan kajian literatur sistematik adalah merancang, melaksana dan melaporkan. Proses merancang dimulakan dengan mengenalpasti objektif carian dan menghasilkan *protocol review* seterusnya dalam langkah melaksana, carian dilakukan serta memilih sumber utama yang berkaitan, menilai kualiti, mengeluarkan data dan membuat sintesis data sebelum menulis laporan (Kitchenham & Charters, 2007)

2.2 Strategi Pencarian

Pencarian dilakukan dengan menggunakan kata kunci pencarian dalam Bahasa Melayu iaitu “psikologi” “komunikasi” dan pencarian dalam Bahasa Inggeris iaitu “psychology”, “communication”. Kombinasi kata kunci di atas dilakukan tanpa menghadkan tahun penerbitan. Pangkalan data yang digunakan ialah *Science Direct*, *Google Scholar*, *Research Gate* serta web pangkalan data universiti awam seluruh Malaysia. Tajuk dan abstrak diteliti bertujuan mengenalpasti artikel berkaitan psikologi komunikasi dengan menggunakan pangkalan data

Google Search Engine dengan memasukkan nama tajuk artikel dan akronim setiap artikel yang dikenal pasti.

2.0 DAPATAN KAJIAN

Pengkaji telah mengenal pasti sebanyak 8 artikel yang ditemui berkaitan Psikologi Komunikasi yang telah dibincangkan. Maklumat dalam artikel tersebut diringkaskan dalam Jadual 1:

Jadual 1: Ringkasan Data Artikel

Bil.	Kajian	Tajuk	Objektif	Ciri / Elemen Psikologi Komunikasi		
				Komunikator	Mesej	Penerima
1.	Robert M. Krauss & Susan R. Fussell (1996) Columbia University New York.	<i>Social Psychological Models of Interpersonal Communication</i>	Focus on models that conceive of communication as a social psychological phenomenon.	Komunikator lebih fokus dengan mesej utama dalam penyampaian.		
2.	Dr. Nikmah Hadiati Salisah (2015) SIP, M.Si Surabaya: IAIN Sunan Ampel (Buku)	<i>Psikologi Komunikasi</i>	Mahasiswa dapat memahami makna pada setiap interaksi yang dialami, dapat mengetahui apa itu psikologi komunikasi dan dalam konteks apa melalui analisis kehidupan bermasyarakat.	Komunikator akan menggunakan deria rangsangan yang ada untuk menyampaikan maklumat	Mesej yang dihantar menggunakan pengantaraan dalaman rangsangan yang baik	Ramalan tindak balas penerima dalam menerima mesej serta penguat dalam tindak balas mesej yang diterima kepada penyampai
3.	S. Ramaraju, (2012) India; Anna University, Chennai, Tamil Nadu.	<i>Psychological Perspectives on Interpersonal Communication</i>	Satu konstelasi teori dan prinsip yang berkongsi andaian dan konsep yang sama diambil untuk kajian dan analisis untuk memahami isu-isu yang berkaitan	Komunikator menggunakan kaedah pengekodan dan pengekodan tingkah laku komunikatif.	Proses menghasilkan dan menafsirkan maklumat dan maklum balas dengan mesej yang disampaikan dengan jelas.	Komunikasi hanya lengkap apabila tingkah laku yang dimaksudkan diperhatikan oleh penerima yang dimaksudkan dan orang itu bertindak balas dan dipengaruhi

			dengan komunikasi interpersonal.			oleh tingkah laku.
4.	Jeremy N. Bailenson & Nick Yee (2008) Stanford University of America.	<i>Psychology in Communication Processes</i>	Kajian ini memberi tumpuan kepada psikologi eksperimen, cawangan menyeluruh yang merangkumi semua bidang psikologi.	Komunikator bersemuka dan menggunakan interpersonal interaksi. Komunikator menyampaikan mesej dengan budaya sama ada lisan atau bukan lisan.		Keputusan mesej membentuk kesan sosial dan berkomunikasi yang berkesan.
5.	O.S Kocharian & Ie. V. Kryshtal, (2016) V.N. Karazn Kharkiv National University.	<i>Communication Psychology</i>	Tujuan buku ini ditulis adalah untuk memberi pendedahan tentang proses komunikasi dari sudut psikologi dan bertujuan untuk berkongsi maklumat – baik lisan dan bukan lisan. Asas buku ini menetapkan jenis dan prinsip komunikasi, ciri-ciri utamanya. Serta, buku ini membekalkan panduan mengenai komunikasi yang berkesan.	Penyampai harus memahami mesej dari luaran melalui organ rasa dan penyampai perlu mengeluarkan kata-kata yang dituturkan serta semua data luaran yang disediakan untuk memastikan setiap mesej yang disampaikan adalah tepat.	Tafsiran menggunakan deria.	Reaksi Penerimaan yang menerima mesej.
6.	Radford, Gary P. (1993) Paper presented at The Annual Meeting of Eastern	<i>The Psychology of Communication or a Communicative Theory of Psychology? Reclaiming</i>	Kajian ini membincangkan tentang perhubungan antara dua disiplin di mana pemahaman	Sumber yang mungkin seorang individu (bercakap, menulis, melukis,	Mesej itu mungkin dalam bentuk dakwat di atas kertas, gelombang bunyi di	Destinasi boleh jadi seseorang penerima mesej itu mendengar, menonton atau membaca dalam ahli kumpulan.

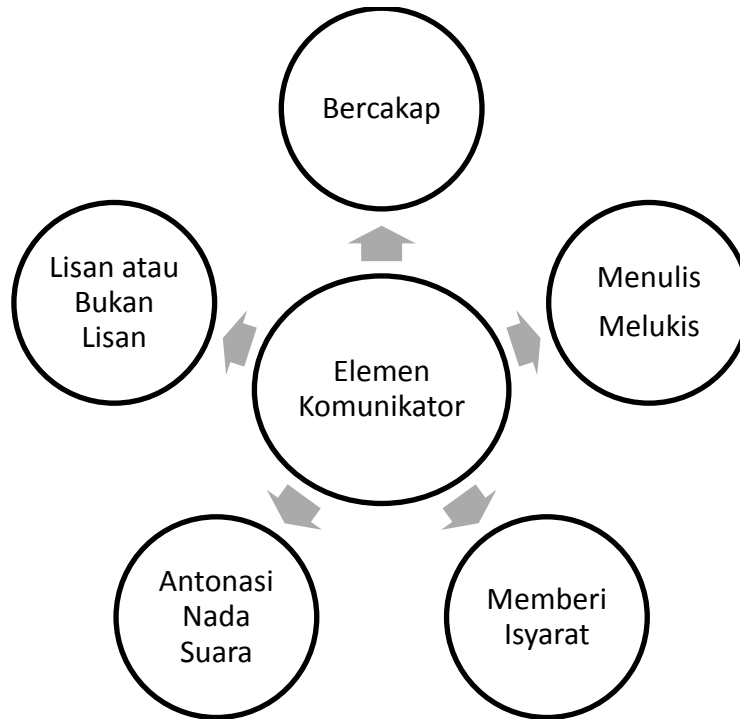
Communication Association	<i>“Communication as the Central Mode of Explanation for Communication Studies”</i>	tentang kongnisi manusia mesti mengandaikan keupayaan orang untuk berkomunikasi.	memberi isyarat)	udara, dipasang pada arus elektrik, gelombang tangan, bendera di udara atau isyarat lain yang mampu ditafsirkan secara bermakna.	Seperti contoh kumpulan perbincangan, pendengar mesej kuliah, suasana pertandingan bola sepak atau atau pembaca akhbar yang menyampaikan mesej.
7. Marcy P. Driscoll (2000)	<i>Psychology of Learning for Instruction</i>	Buku ini membincangkan tentang psikologi, pengajaran, Teori dan Model.	Memaklumkan tentang objektif sebelum menyampaikan mesej.	Memberi perhatian mesej yang disampaikan.	Merangsang penarikan balik mesej yang telah diterima.
(Buku) Florida State University, United States					
8. Manoela POPESCU (2012)	<i>Psychology of Communication – Between Myth and Reality</i>	Teori-teori psikologi komunikasi menekankan komponen komunikasi manusia yang berbeza, termasuk sikap, niat dan syarat yang diperlukan untuk komunikasi yang berkesan.	Proses komunikasi bermula apabila reka bentuk pemancar mesej, dikodkan dan dihantar melalui pelbagai saluran kepada penerima.	Dalam mesej juga terdapat komponen lain, kadang-kadang tidak dapat difahami dengan komunikasi oleh para penerima dan perlu dijelaskan dengan cara yang lain seperti contoh perbuatan, gaya ataupun penulisan.	Komponen komunikasi proses yang paling penting adalah keperibadian manusia yang mempunyai kesan besar terhadap sebarang mesej yang diterima dan proses komunikasi, tanpa mengira konteks yang berlaku.
Dimitrie Cantemir Christian University Bucharest, Romania.					

Artikel dalam Jadual 1 ini adalah hasil kajian sarjana, doktor falsafah, artikel, jurnal, prosiding dan juga penyelidikan. Analisis terhadap 8 artikel dalam jadual 1 mendapati terdapat 3 elemen dalam psikologi komunikasi yang dibincangkan. Elemen psikologi komunikasi yang diberi penekanan termasuklah komunikator, mesej dan penerima dalam suatu komunikasi.

Berikut adalah elemen psikologi komunikasi yang dibincangkan dalam 8 artikel berkaitan aspek komunikator. Komunikator atau penyampai harus fokus dalam menyampaikan mesej. (Robert M. Krauss et. al, 1996) Dalam jurnal kajian “Komunikasi Berkesan”, penyampai harus menggunakan perkataan yang tepat dan ringkas serta tekanan suara yang lembut tetapi jelas antara ciri-ciri komunikator yang baik. (Amir Aris & Ahmad Rozelan Yunus, 2016) Artikel 2, Dr. Nikmah Hadiati Salisah (2015) menyatakan komunikator menggunakan deria ransangan yang ada untuk menyampaikan sesuatu maklumat. Terdapat pelbagai cara dalam menentukan perhatian deria seseorang antaranya cara berulang-ulang dalam menyampaikan mesej. (Melvin H. Marx, 1976) Artikel 3, menyatakan elemen psikologi komunikasi bagi komunikator mestilah menggunakan kaedah “*encode*” dan “*decode*” serta pengekodan ini melibatkan tingkah laku komunikator. (S. Ramaraju; 2012)

Seterusnya, artikel 4 Jeremy N. Bailenson et. al (2008) memberi pandangan bahawa penyampai perlu bersemuka dan menggunakan kaedah interpersonal untuk menyampaikan mesej mahupun berinteraksi. Selain itu, komunikator juga perlu menggunakan budaya dalam menyampaikan sesuatu mesej sama ada secara lisan atau bukan lisan. Artikel 5, O.S Kocharian et. al, (2016) menunjukkan bahawa penyampai harus memahami mesej dari luaran melalui organ rasa dan seterusnya penyampai perlu mengeluarkan kata-kata yang dituturkan serta semua data luaran yang disediakan untuk memastikan setiap mesej yang disampaikan adalah tepat. Dalam artikel 6 menyatakan, bahawa penyampai boleh menggunakan pelbagai kaedah yang lain untuk menyampaikan mesej seperti bercakap, menulis, melukis, atau memberi isyarat kepada penerima. (Radford & Gary P., 1993)

Seterusnya, artikel 7, Marcy P. (2000) pula memaklumkan tentang peranan dan penentuan yang penting daripada komunikator sebelum menyampaikan mesej termasuklah mengetahui objektif yang ingin disampaikan. Artikel 8 pula menyatakan penyampai perlu melakukan proses komunikasi bermula apabila reka bentuk pemancar mesej dikodkan dan dihantar melalui pelbagai saluran kepada penerima. Ini menunjukkan bahawa pentingnya penyampai dalam memastikan mesej yang dikirimkan itu adalah jelas dan tepat. (Manoela, 2012)



Rajah 1: Elemen Komunikator

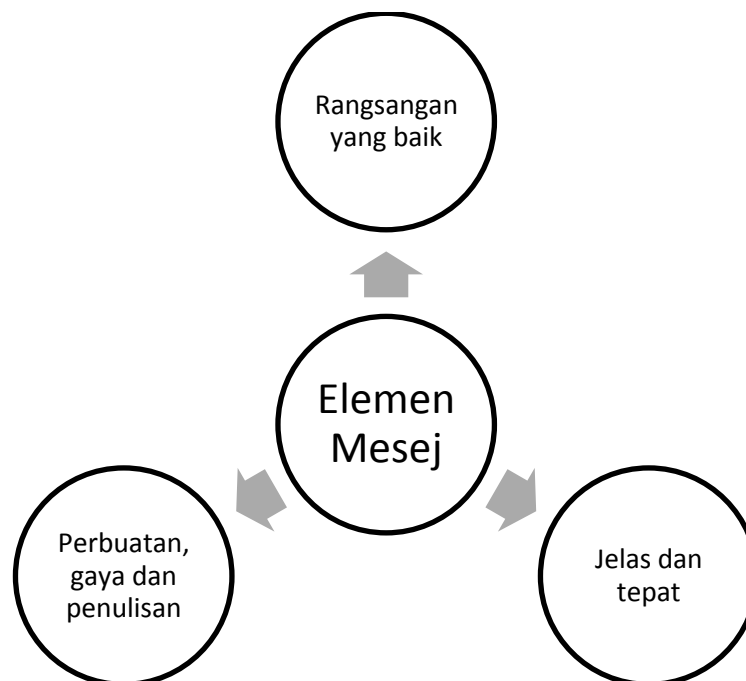
Psikologi komunikasi sangat berperanan dalam perubahan tingkah laku manusia, terutama saat manusia berkomunikasi dengan manusia lain dan sifatnya interpersonal sama ada berkomunikasi secara kelompok ataupun menggunakan media massa. Jika seseorang itu memahami psikologi komunikasi, semasa komunikasi sedang berlangsung antara komunikator dengan komunikan ianya memberikan impak kepada orang lain yang melihat dan menganalisis gerak dan tingkah laku kedua-dua komponen tersebut. Komunikasi itu berkesan apabila komunikator menyampaikan setiap mesej itu dengan tepat dan jelas. (Nikmah Hadiati Salisah, 2015)

Daripada keseluruhan artikel yang ditemui, sebanyak 6 daripada artikel menyatakan tentang elemen mesej dalam psikologi komunikasi. Komunikator mesti menyatakan sesuatu mesej yang jelas dan mudah difahami seterusnya mesej itu boleh diinterpretasi dengan baik oleh penerima. Dalam artikel penulisan Dr. Nikmah Hadiati Salisah (2015) menyatakan mesej yang baik adalah mesej yang dihantar menggunakan pengantaraan dalaman dan rangsangan. Mesej juga dikenali sebagai utusan, maklumat atau informasi. Mesej yang disampaikan boleh dalam pelbagai bentuk dan tujuan. Contohnya; pekerja sosial menyampaikan maklumat mengenai masalah yang dihadapi oleh klien. (Fuziah Shaffie; 2013) Artikel 3, S. Ramaju (2012) menyatakan mesej dalam elemen psikologi komunikasi ini adalah suatu proses menghasilkan dan menafsirkan maklumat dan maklum balas dengan mesej yang disampaikan itu secara jelas. Dalam artikel O.S Kocharian et. al (2016) dan Radford et. al (1993) menafsirkan mesej dalam elemen psikologi komunikasi ini adalah sesuatu tafsiran menggunakan deria dan mesej itu mungkin dalam bentuk dakwat di atas kertas, gelombang bunyi di udara, dipasang pada arus elektrik,

gelombang tangan, bendera di udara atau isyarat lain yang mampu ditafsirkan secara bermakna.. Selain itu, takrifan umum menganggap komunikasi sebagai proses interaksi dan perkongsian makna, pertukaran idea, pendapat atau perkongsian maklumat sama ada secara bertulis, simbol, bunyi-bunyian atau bertuturan baik yang disampaikan secara bersemuka mahupun menggunakan media massa. (Rosmawati, 2013)

Artikel 7, Marcy P. Driscoll (2000) pula menyatakan elemen psikologi komunikasi dalam mesej adalah memberi perhatian dengan mesej yang ingin disampaikan. Hal ini adalah untuk memastikan mesej yang ingin disampaikan itu benar-benar penting dan bermanfaat untuk diterima oleh penerima. Artikel 8, Manoela (2012) menyatakan dalam mesej juga terdapat komponen lain, kadang-kadang tidak dapat difahami dengan komunikasi oleh para penerima dan perlu dijelaskan dengan cara yang lain seperti contoh perbuatan, gaya dan penulisan. Hubungan mesej boleh dibahagikan kepada dua jenis, iaitu mesej lisan dan bukan lisan. Kedua-dua mesej ini saling melengkapi dan mesej bukan lisan biasanya akan menjadi pelengkap kepada mesej lisan (Mc Auley, 1988, DeVito, 1992) Andrews dan Baird, 1995).

Hubungan antara kedua-dua termasuklah pengulangan semula mesej lisan. Percanggahan antara mesej bukan lisan dengan mesej lisan, penggantian, penekanan dengan penggunaan mesej bukan lisan untuk memperkukuhkan mesej lisan atau perkataan, pengawalan dengan mesej bukan lisan seperti pergerakan mata, sentuhan, kedudukan badan atau paralinguistic digunakan untuk mengawal urutan mesej lisan dan pelengkap bagi mengilustrasikan supaya gambaran lebih jelas terhadap mesej lisan yang disampaikan. (Hashim Fauzy, 2001)



RAJAH 2: Elemen Mesej

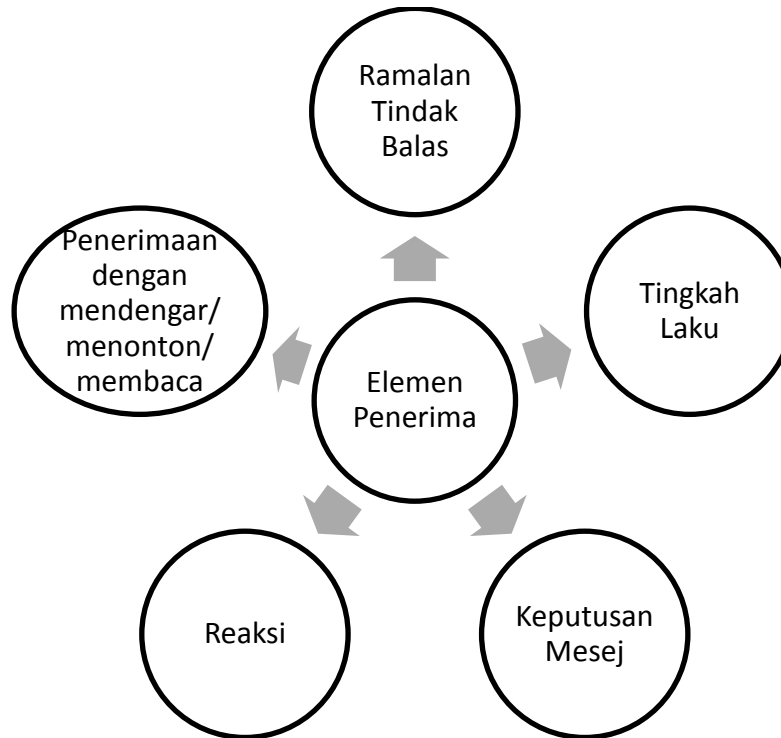
Mesej terbentuk dalam dua keadaan iaitu keadaan tersurat dan tersirat. Mesej yang disampaikan secara tersurat mudah difahami penyampaiannya. Manakala mesej yang disampaikan secara

tersirat, penerima perlu mentafsir mesej yang disampaikan. Kini masih terdapat lagi maksud yang ingin disampaikan oleh penyampai seperti bahasa kiasan.

Begitulah pentingnya setiap mesej yang disampaikan agar penerima tidak salah tafsir maksud mesej itu. Justeru itu, sekiranya kita menjadi sebagai komunikator perlu memainkan peranan penting agar setiap mesej itu diterima dengan baik oleh penerima.

Berikut adalah elemen psikologi yang dibincangkan dalam 7 artikel berkenaan dengan aspek penerima. Artikel 2, Dr. Nikmah Hadiati Salisah (2015) menyatakan penerima akan meramalkan sesuatu mesej dengan tindak balas serta kekuatan mesej itu juga akan dilihat daripada tindak balas penerima tersebut. Penerima ialah individu yang menerima atau yang akan mentafsirkan pesanan yang diterima sama ada melalui saluran media atau secara lisan. Penerima merupakan elemen yang penting dalam proses komunikasi kerana ia akan menentukan sama ada sesuatu komunikasi itu berkesan atau tidak. (Fuziah Shaffie, 2013) Artikel 3, S. Ramaraju (2012) pula menyifatkan elemen psikologi bagi penerima itu adalah dengan melihat suatu komunikasi itu lengkap apabila tingkah laku yang dimaksudkan atau diperhatikan oleh penerima sama dan penerima memberi respon dengan tingkah laku yang menunjukkan kefahaman mesej yang telah diterima. Artikel 4 Jeremy N. Bailenson et. al (2008) pula menyifatkan elemen psikologi komunikasi penerima adalah keputusan mesej yang membentuk kesan sosial dan tindak balas komunikasi itu berkesan. Artikel 4, O.S Kocharian et. al (2016) menyatakan bahawa mesej itu diterima dengan reaksi oleh sesiapa yang menerimanya. Oleh yang demikian, pentingnya setiap mesej itu agar penerima mampu menginterpretasikan semula. Artikel 5, daripada Radford et. al (1993) memberi respon tentang elemen psikologi bagi penerima adalah dimana sesuatu destinasi boleh jadi seseorang penerima mesej itu mendengar, menonton atau membaca dalam ahli kumpulan. Seperti contoh kumpulan perbincangan, pendengar mesej kuliah, suasana pertandingan bola sepak atau atau pembaca akhbar yang menyampaikan mesej. Menurut Marcy P. Driscoll (2000) menyatakan elemen psikologi bagi penerima ini adalah lebih baik merangsang segala penarikan balik mesej yang telah diterima. Rangsangan (stimuli) merupakan sesuatu yang diperolehi daripada reality dan dirangsang oleh deria. Rangsangan boleh dibahagikan kepada dua bahagian internal stimuli dan external stimuli. Internal stimuli merupakan rangsangan dalaman yang berlaku dalam sistem badan, manakala external stimuli pula merupakan rangsangan dari persekitaran luaran badan. (Fuziah Shaffie; 2013)

Seterusnya, artikel 8 Manoela (2012) menyatakan komponen komunikasi proses yang paling penting adalah keperibadian manusia yang mempunyai kesan besar terhadap sebarang mesej yang diterima dalam proses komunikasi, tanpa mengira konteks yang berlaku. Justeru itu, penerima segala mesej akan dapat menerima mesej dengan baik dan menginterpretasikan.



RAJAH 3: Elemen Penerima

Penerima juga penting dalam memastikan mesej yang disampaikan oleh komunikator itu berkesan mahupun tidak. Penerima juga perlu memahami mesej yang disampaikan agar mesej itu benar-benar tepat dan jelas. Begitulah pentingnya dalam sesebuah komunikasi dan ia juga saling melengkapi antara komunikator, mesej dan penerima.

4.0 PERBINCANGAN

Psikologi komunikasi melibatkan tingkah laku seseorang dalam percakapan seharian. Dalam psikologi komunikasi, komunikator berperanan penting bagi memastikan mesej yang disampaikan betul dan jelas. Penghasilan data kajian baru menjadi keperluan dalam memastikan setiap komunikasi itu menjadi efektif dan berkesan dengan menggunakan elemen psikologi komunikasi. (Manoela, 2012)

Kajian tinjauan literatur dalam artikel ini mendapati beberapa elemen psikologi komunikasi termasuklah komunikator, mesej dan penerima. Peranan penting dalam sesebuah komunikasi adalah komunikator perlu memastikan setiap mesej yang disampaikan dengan jelas dan tepat serta mudah untuk difahami. Dalam kajian Melvin H. Marx (1976) menjelaskan bahawa bergerak dalam penyampaian, penggunaan ayat baru dan pelik, nada suara, mesej yang disampaikan dengan berulang-ulang adalah bertujuan untuk menarik lebih minat pendengar mahupun penerima mesej. Turut disokong Marcy (2000) menyatakan komunikator juga perlu

memastikan setiap objektif sebelum menyampaikan mesej agar penerima dapat menterjemahkan dengan jelas dan tepat.

Seterusnya, mesej merupakan elemen kedua yang wujud dalam proses komunikasi. Namun dalam psikologi komunikasi, setiap mesej yang disampaikan jelas dan mudah untuk difahami oleh penerima akan sesuatu maksud itu. Mesej juga dikenali sebagai utusan, maklumat atau informasi. Konteks dalam elemen psikologi komunikasi juga menekankan bahawa setiap mesej yang disampaikan mempunyai perbezaan mengikut situasi dan keperluan. Selain itu, mesej juga terbentuk secara lisan dan bukan lisan, dalam mesej juga terdapat komponen lain, kadang kala tidak dapat difahami dengan komunikasi oleh penerima dan perlu dijelaskan dengan cara yang lain seperti contoh perbuatan, gaya ataupun penulisan. (Manoela, 2012). Turut disokong oleh Aminah Hj. Mahmud (1996) menjalankan kajian strategi komunikasi pelajar-pelajar Melayu dalam pertuturan bahasa Inggeris di Universiti Teknologi Mara (UiTM) mendapati hasil daripada kajian beliau menunjukkan pelajar kurang mahir cenderung menggunakan jeda, pengulangan dan pengelakan, manakala pelajar yang agak mahir lebih banyak menggunakan strategi penghampiran. Hasil kajian juga mendapati strategi yang paling berkesan yang digunakan oleh pelajar ini dalam menyampaikan mesej ialah strategi pengulangan. Justeru itu, elemen mesej ini sangat penting dalam memastikan mesej yang disampaikan itu mudah difahami dan perlu juga mentafsir mesej yang disampaikan dengan tepat dan betul.

Selain itu, penerima juga adalah elemen yang terdapat dalam psikologi komunikasi. Dapatan kajian ini selari dengan kajian yang pernah dilakukan oleh S.Ramaraju (2012) menunjukkan komunikasi hanya akan lengkap apabila tingkah laku yang dimaksudkan dapat difahami penerima dan memberi tindak balas ke atas mesej yang diterima dengan menggunakan tafsiran deria. (O.S Kocharian, 2016) Pentingnya setiap mesej yang disampaikan dalam sebuah komunikasi bertujuan untuk memastikan tindak balas yang diterima oleh penerima adalah bertepatan dan betul. Jika penerima menerima mesej yang tidak jelas maka, komunikasi itu menjadi tidak efektif dan kurang berkesan ke atas mesej yang disampaikan. Turut disokong Md Zain (2007) graduan yang cemerlang dalam ilmu akademik, perlu dilengkapi dengan kemahiran insaniah terutamanya dalam aspek komunikasi. Justeru itu, penerima berperanan menerima mesej yang betul dan tepat sebelum melakukan tindakan yang berikutnya.

5.0 KESIMPULAN

Hasil carian artikel menerusi kajian literatur ini mendapati terdapat beberapa konsep dan pandangan berkenaan psikologi komunikasi yang boleh dijadikan panduan dalam kehidupan agar komunikator menyampaikan setiap mesej dengan jelas dan tepat dan mesej yang disampaikan itu mudah untuk difahami oleh penerima. Psikologi komunikasi juga melibatkan keadaan komunikasi yang dapat dilihat menerusi tingkah laku individu tersebut dalam menyampaikan atau menerima mesej tertentu. Dapatan kertas ini diharap dapat membantu pengakajian lanjut berkaitannya.

RUJUKAN

- Achmad Mubarak (2002) Buku *Psikologi Komunikasi*. Penerbit Pustaka Firdaus, Indonesia.
- Ab. Aziz Bin Mohd. Zin (1999). Buku *Psikologi Komunikasi*, Kuala Lumpur: Jabatan Kemajuan Islam Malaysia.
- Aminah Bt. Haji Mahmud (1996). “*Strategi Komunikasi Pelajar-Pelajar Melayu Dalam Pertuturan Bahasa Inggeris*”, Tesis Ijazah Sarjana Pengajian Bahasa Moden, Fakulti Bahasa dan Linguistik, Universiti Malaya. Kuala Lumpur.
- Kamus Online Dewan Bahasa dan Pustaka, dicapai pada 20/8/2018, 10.20am <http://prpm.dbp.gov.my/cari1?keyword=kamus%20online>
- Fuziah Shaffie (2013). Buku *Komunikasi Dalam Kerja Sosial* Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Jalaluddin Rakhmat (1994). Buku *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jeremy N. Bailenson & Nick Yee (2008). “*Psychology in Communication Processes*”; The International Encyclopedia of Communication, Volume IX. Stanford University of America. United States.
- Marx, Melvin H. (1976), Book of *Introduction to Psychology*, MPCI, New York.
- Marcy P. Driscoll (2000) “*Psychology of Learning for Instruction*”. Second Edition Book Chapter 7; Florida State University, United States of America.
- Manoela POPESCU (2012). “*Psychology of Communication – Between Myth and Reality*”. Paper International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences. Faculty of Tourist and Commercial Management Dimitrie Cantemir Christian University Bucharest, Romania.
- Md. Zain, S., Suja’, F., Ahmad Basri, N.E., dan Basri H. (2007) Penilaian Kemahiran Insaniah Dalam Kursus Sistem Bioreaktor KW4113. Seminar Pendidikan Kejuruteraan dan Alam Bina. Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Nikmah Hadiati Salisah, SIP, M.Si (2015). Buku *Psikologi Komunikasi*. Surabaya; IAIN Sunan Ampel. Indonesia.
- Nurul Salmi Mohd Dazali & Mohd Isha Awang (2014). “*Tahap Kemahiran Komunikasi Dalam Kalangan Pelajar Sarjana Muda Pendidikan IPTA di Utara Semenanjung Malaysia*”. Jurnal Pendidikan Bahasa Melayu – JPBM (Malay Language Education Journal-MyLEJ). ISSN: 2180-4842. Vol. 4, Bil.2 (Nov. 2014):44-56
- O.S Kocharian & Ie. V. Kryshtal (2016) “*Communication Psychology*”, Medical Students and Psychological Faculties of V.N. Karazin Kharkiv National University. Ukraine.
- Radford, Gary P. (1993) “*The Psychology of Communication or a Communicative Theory of Psychology? Reclaiming “Communication” as the Central Mode of Explanation for Communication Studies*”. Paper Presented at the Annual Meeting of the Eastern Communication Association.
- Rosmawati Mohamad Rasit, Zulkefli Aini, Abd Hakim Mohad. (2014). “*Komunikasi Dakwah Antara Budaya dalam Masyarakat Majmuk di Sabah*”.Conference: Seminar Serantau Dakwah dan Etnik at Universiti Malaysia Sabah.
- Robert M. Krauss, Susan R. Fussell (1996). “*Social Psychology Models of Interpersonal Communication*”. Social Psychology Handbook of Basic Principles. New York.

S. Ramaraju (2012). “*Psychological Perspectives On Interpersonal Communication*”, Research Scholar, Department of English, College of Engineering Guindy, Anna University, Chennai, Tamil Nadu, India.

Hashim Fauzy Yaacob (2001). Buku *Komunikasi Antara Manusia*, Penerbit Universiti Teknologi Malaysia Skudai, Johor Darul Ta’zim.