

KONSEPSI PSIKOLOGI TENTANG MANUSIA KOMUNIKAN: PSIKOANALISIS, BEHAVIORISME, DAN HUMANISME

Ikmal Maulana Akbar¹⁾, Akbar Kurnia²⁾, Umi Halwaty³⁾

¹⁾ UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia

²⁾ UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia

³⁾ UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia

e-mail Correspondent: ikmalmaulanaakbar70@gmail.com

Received: 25-09-2025

Revised: 30-09-2025

Accepted: 07-10-2025

Info Artikel	Abstract
<p>Key Words: Behaviorism, Communication, Humanism, Psychology, Psychoanalysis</p>	<p><i>Communication is a fundamental human need whose success depends not only on the communicator but also on the active role of the communicant as the interpreter of meaning. This article examines humans as communicants from a psychological perspective through a literature study employing three approaches: psychoanalysis, behaviorism, and humanism. The findings reveal that the communicant is an active subject who selects, interprets, and constructs meaning based on subconscious dynamics, social learning processes, and the need for empathy and self-actualization. Message interpretation is influenced by cognitive, affective, behavioral, social, and technological factors. Thus, communication is understood not merely as an exchange of information but as a human process that unites thought, emotion, and moral values.</i></p>
<p>Kata Kunci: Behaviorisme, Humanisme, Komunikan, Psikoanalisis, Psikologi Komunikasi,</p>	<p>Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia yang keberhasilannya tidak hanya ditentukan oleh komunikator, tetapi juga oleh peran aktif komunikan sebagai penafsir makna. Artikel ini mengkaji manusia sebagai komunikan dari perspektif psikologi melalui studi literatur dengan tiga pendekatan: psikoanalisis, behaviorisme, dan humanistik. Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikan adalah subjek aktif yang menyeleksi, menafsirkan, dan memberi makna terhadap pesan berdasarkan dinamika bawah sadar, proses pembelajaran sosial, serta kebutuhan empatik dan aktualisasi diri. Pemaknaan pesan dipengaruhi oleh faktor kognitif, afektif, perilaku, serta konteks sosial dan teknologi. Dengan demikian, komunikasi dipahami bukan sekadar pertukaran informasi, tetapi proses manusiawi yang menyatukan pikiran, perasaan, dan nilai kemanusiaan.</p>

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Sejak lahir, manusia telah menunjukkan perilaku komunikasi melalui tangisan, ekspresi wajah, dan gerakan tubuh. Dalam perkembangannya, komunikasi menjadi sarana utama untuk membangun relasi sosial, mengembangkan diri, serta mewariskan nilai dan budaya antar generasi. Manusia pada hakikatnya adalah Homo Communicans—makhluk

komunikatif yang senantiasa berinteraksi.

Penelitian-penelitian terdahulu menegaskan peran penting komunikasi dalam kehidupan. DeVito (2019) menyebutkan bahwa sekitar 75% aktivitas manusia sehari-hari dihabiskan untuk komunikasi, baik melalui mendengarkan, berbicara, membaca, maupun menulis. Rakhmat (2018) menambahkan bahwa kemampuan komunikasi berkontribusi besar terhadap kualitas hidup seseorang, baik secara personal, sosial, maupun profesional.

Namun, kajian komunikasi selama ini lebih banyak berfokus pada peran komunikator, yaitu bagaimana pesan disusun dan disampaikan secara efektif. Padahal, keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh komunikator, tetapi juga oleh komunikan sebagai penerima pesan. Komunikan bukan sekadar wadah pasif yang menyerap informasi, melainkan subjek aktif yang melakukan seleksi, interpretasi, dan memberikan respons terhadap pesan. Pertanyaan penting yang muncul adalah: "Mengapa setiap orang berbeda dalam menerima pesan?"

Fenomena perbedaan ini terlihat dalam berbagai konteks. Di ruang kelas, misalnya, murid yang sama-sama mendengarkan penjelasan guru dapat memberikan tanggapan berbeda: ada yang langsung memahami, ada yang membutuhkan pengulangan, bahkan ada yang menafsirkan keliru. Demikian pula di media sosial, pesan yang sama dapat dipahami secara beragam dan menimbulkan reaksi yang berbeda, mulai dari dukungan hingga penolakan.

Dalam kajian psikologi, manusia sebagai komunikan dipahami melalui tiga dimensi utama, yaitu kognitif, afektif, dan perilaku. Dimensi kognitif berkaitan dengan bagaimana pesan dipersepsi dan ditafsirkan, dimensi afektif menyangkut perasaan dan motivasi dalam merespons pesan, sementara dimensi perilaku terlihat dari respons verbal maupun nonverbal yang ditunjukkan.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyinggung peran komunikan dalam proses komunikasi. El Hafiz (2018) menyoroti pentingnya dimensi kognitif, afektif, dan perilaku dalam memengaruhi pemrosesan pesan. Rakhmat (2005) menganalisis faktor personal dan situasional yang memengaruhi penerimaan pesan, sedangkan Harahap dkk. (2021) menekankan peran emosi dalam menentukan efektivitas komunikasi. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih cenderung menitikberatkan pada komunikator atau proses

komunikasi secara umum, sehingga kajian mendalam mengenai aspek psikologis individu sebagai komunikasi masih terbatas.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan konsepsi psikologi tentang manusia sebagai komunikasi dengan mengintegrasikan perspektif psikoanalisis, behaviorisme, dan humanisme. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengaitkan kajian teoritis dengan konteks komunikasi kontemporer yang dipengaruhi oleh teknologi digital dan media sosial. Dengan demikian, artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami dinamika psikologis komunikasi serta implikasinya terhadap komunikasi yang lebih empatik, terbuka, dan efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur. Metode ini dipilih karena tujuan penelitian adalah mengkaji secara konseptual peran manusia sebagai komunikasi dalam perspektif psikologi.

Data diperoleh dari berbagai sumber sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik psikologi komunikasi, khususnya terkait psikoanalisis, behaviorisme, dan humanisme. Proses penelitian dilakukan melalui beberapa tahap:

- 1. Identifikasi sumber.** Peneliti menelusuri literatur akademik yang relevan menggunakan basis data jurnal, buku teks, dan karya ilmiah.
- 2. Seleksi literatur.** Pemilihan dilakukan berdasarkan keterkaitan sumber dengan fokus kajian tentang komunikasi dan perspektif psikologi.
- 3. Analisis isi.** Literatur yang dipilih ditelaah secara mendalam untuk menemukan tema, pola, dan kategori yang relevan.
- 4. Sintesis temuan.** Hasil analisis kemudian disusun dalam bentuk kerangka konseptual yang menjelaskan manusia sebagai komunikasi dari tiga perspektif psikologi.

Dengan langkah ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dinamika psikologis manusia sebagai komunikasi, sekaligus menunjukkan relevansinya dalam konteks komunikasi kontemporer, baik tatap muka maupun berbasis digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan memahami manusia sebagai komunikatif dari perspektif psikologi, diharapkan komunikasi dapat berlangsung lebih empatik, terbuka, dan efektif. Komunikatif: Lebih dari Sekadar Penerima Pesan

Dalam kajian klasik, komunikatif sering dipandang sebagai penerima pasif. Namun, kajian mutakhir menegaskan bahwa komunikatif adalah pihak aktif yang menafsirkan, menyeleksi, dan memberi makna pada pesan (West & Turner, 2017). Hal ini sejalan dengan konsep Homo Communicans yang menegaskan manusia sebagai makhluk komunikatif yang selalu terlibat dalam interaksi sosial.

Perspektif Psikologi dalam Memahami Komunikatif

1. Psikoanalisis (Sigmund Freud)

Psikoanalisis menekankan bahwa komunikasi manusia tidak hanya dipengaruhi oleh pikiran sadar, tetapi juga oleh dinamika alam bawah sadar. Freud membagi struktur kepribadian menjadi tiga komponen utama:

Id. Dorongan instingtif dan keinginan untuk memperoleh kesenangan.

Ego. Pengendali yang menengahi antara dorongan id dan tuntutan realitas.

Superego. Norma moral dan aturan sosial yang mengarahkan perilaku.

Dalam konteks komunikasi, ego berperan sebagai filter pesan yang memastikan ekspresi sesuai dengan norma sosial. Namun, konflik antara id, ego, dan superego sering melahirkan fenomena seperti:

Mekanisme komunikasi ego menyesuaikan keinginan id dengan realitas. Superego mengingatkan norma moral sehingga perilaku tetap terkendali. Dinamika komunikasi salah ucap Slip of the tongue (Freudian slip), atau kecemasan dalam interaksi muncul dari konflik bawah sadar.

Integrasi dengan nilai religius: konsep superego sejalan dengan hati nurani dalam Islam. Hati yang bersih mengingatkan pada kebaikan sementara hati yang kotor akibat sering melakukan kesalahan bisa melemahkan kontrol

Implikasi komunikasi, psikoanalisis menunjukkan bahwa penerimaan dan respon tidak pernah netral, tetapi dipengaruhi oleh konflik kepribadian dan pengalaman bawah sadar.

Contoh: Seorang mahasiswa yang pernah memiliki pengalaman buruk dengan otoritas cenderung merasa cemas ketika berinteraksi dengan dosen tegas, meskipun tidak ada ancaman nyata. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi sering kali dipengaruhi oleh pengalaman dan dinamika psikologis yang tersembunyi.

2. Behaviorisme (Watson, Skinner, Bandura)

Behaviorisme berfokus pada perilaku yang dapat diamati, bukan proses mental internal. Komunikasi dipandang sebagai bentuk respon terhadap stimulus eksternal. John B. Watson (1913) → merumuskan bahwa perilaku dapat diprediksi dan dikendalikan melalui stimulus-respons. B. F. Skinner (1957) → mengembangkan teori operant conditioning, bahwa perilaku komunikasi akan diulang bila mendapat reinforcement (penguatan), dan akan ditinggalkan bila mendapat punishment (hukuman).

Aplikasi, Respon mahasiswa terhadap pujian atau kritik dosen. Perilaku di media sosial (misalnya meniru gaya influencer di YouTube/Instagram). Kekuatan pendekatan ini, Menjelaskan pola komunikasi yang terukur, praktis, dan berbasis pengalaman belajar. Implikasi komunikasi, Perbedaan gaya komunikasi individu sangat dipengaruhi oleh proses belajar dan lingkungan sosial. Dengan demikian, behaviorisme menekankan bahwa komunikasi adalah hasil pembelajaran sosial yang dibentuk oleh pengalaman, konsekuensi, dan pengamatan terhadap orang lain.

3. Humanisme (Maslow, Rogers)

Pendekatan humanistik melihat manusia secara positif sebagai makhluk yang memiliki potensi untuk berkembang dan mencari makna dalam hidup. Abraham Maslow (1943), melalui teori hierarki kebutuhan, menunjukkan bahwa komunikasi berfungsi tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan sosial (*belongingness*), penghargaan (*esteem*), hingga aktualisasi diri. Komunikasi menjadi sarana penting dalam pencapaian kebutuhan psikologis ini. Carl Rogers (1961), menekankan bahwa komunikasi efektif memerlukan tiga prinsip:

- a. Empati, kemampuan memahami perasaan orang lain dari sudut pandangnya.
- b. Penerimaan tanpa syarat (*unconditional positive regard*), menghargai orang lain tanpa menghakimi.
- c. Kongruensi (*congruence*), keaslian atau ketulusan dalam interaksi.

Penekanan, Memanusiakan manusia, menumbuhkan kreativitas, cinta, nilai, dan kebebasan memilih.

4. Aplikasi kontemporer

- a. Praktik komunikasi di kelas, dosen memberi masukan dengan cara humanis (pujian dulu, lalu kritik membangun).
- b. Interaksi di media sosial, pemberian like atau love di Instagram dipandang sebagai bentuk pengakuan dan penghargaan antar individu.
- c. Kelebihan, Tidak terjebak pada determinisme lingkungan (seperti behaviorisme), melainkan menekankan potensi diri manusia untuk berkembang, bahkan dalam situasi sulit.
- d. Implikasi komunikasi: Humanisme menekankan komunikasi sebagai sarana membangun hubungan bermakna, menghargai martabat manusia, dan mendukung pertumbuhan pribadi.

5. Dimensi Psikologis dalam Penerimaan Pesan

- a. Kognitif. Berkaitan dengan persepsi, perhatian, dan penafsiran pesan. Perbedaan latar belakang pengalaman membuat pesan yang sama dipahami secara berbeda (Neisser, 1967).
- b. Afektif. Menyangkut perasaan, suasana hati, dan motivasi. Emosi dapat membuka atau menutup jalan masuk sebuah pesan (Forgas, 1995).
- c. Perilaku. Berupa respons nyata, baik verbal maupun nonverbal. Respons ini menunjukkan sejauh mana pesan telah diterima dan diinternalisasi (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016).

6. Tipe-Tipe Komunikasi

Berdasarkan studi literatur, terdapat beberapa tipe komunikasi:

- a. Selektif, hanya fokus pada informasi yang dianggap penting.
- b. Analitis, kritis dan menimbang pesan sebelum menerima atau menolak.
- c. Emosional, lebih dipengaruhi oleh nada dan suasana komunikasi.
- d. Pasif, menerima pesan tanpa refleksi kritis.
- e. Kritis-reflektif, menganalisis sekaligus mengaitkan pesan dengan pengalaman pribadi.

7. Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi

- a. Internal: kepribadian, motivasi, pengalaman hidup.
- b. Eksternal: budaya, gender, kelompok sosial.
- c. Situasional: konteks komunikasi, hubungan interpersonal.
- d. Teknologi: media digital dan algoritma yang membentuk pola penerimaan pesan.

8. Contoh Kasus: Instruksi di Kelas

Instruksi sederhana dari dosen—“Untuk minggu depan, bacalah bab tiga dan siapkan pertanyaan”—dapat melahirkan respons berbeda:

Mahasiswa selektif hanya membaca poin penting.

Mahasiswa analitis menyiapkan pertanyaan kritis.

Mahasiswa emosional merasa tertekan.

Mahasiswa pasif hanya mencatat tanpa persiapan.

Mahasiswa kritis-reflektif mengaitkan bacaan dengan realitas sosial.

Kasus ini menunjukkan bahwa penerimaan pesan dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan situasional, sesuai dengan tiga perspektif utama psikologi.

9. Sintesis Pembahasan

Hasil studi literatur menunjukkan bahwa manusia sebagai komunikatif adalah aktor aktif dalam proses komunikasi. Psikoanalisis menyoroti dinamika bawah sadar, behaviorisme menekankan pembelajaran dari lingkungan, sedangkan humanisme mengedepankan potensi pertumbuhan dan empati. Dengan mengintegrasikan ketiga perspektif ini, pemahaman tentang komunikatif menjadi lebih komprehensif dan relevan dengan konteks komunikasi kontemporer, termasuk era digital yang sarat dengan interaksi berbasis media sosial.

KESIMPULAN/CONCLUSION

Penelitian ini menegaskan bahwa manusia bukanlah penerima pasif dalam komunikasi, melainkan komunikatif aktif yang menyeleksi, menafsirkan, dan memberikan makna pada setiap pesan. Perbedaan dalam memahami pesan dipengaruhi oleh dimensi kognitif, afektif, dan perilaku, serta faktor internal, eksternal, situasional, dan teknologi. Oleh karena itu, pesan yang sama dapat dimaknai secara berbeda oleh setiap individu.

Tinjauan dari tiga perspektif psikologi memperkaya pemahaman tentang komunikatif.

Psikoanalisis menjelaskan pengaruh bawah sadar dan dinamika kepribadian, behaviorisme menekankan pembentukan perilaku komunikasi melalui stimulus–respons dan pembelajaran sosial, sementara humanisme mengedepankan empati, kebutuhan sosial, dan aktualisasi diri. Ketiga pendekatan ini, jika dipadukan, memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana manusia memproses dan merespons pesan.

Dengan demikian, komunikasi tidak hanya sekadar pertukaran kata, melainkan jembatan hati dan jiwa. Psikoanalisis mengingatkan adanya konflik batin antara dorongan, realitas, dan moral; behaviorisme menegaskan bahwa setiap interaksi adalah proses belajar yang perlu diteladankan; dan humanisme menegaskan pentingnya empati serta keaslian dalam berinteraksi. Maka, komunikasi yang efektif menuntut kita berhati-hati dalam berbicara, tulus dalam mendengar, dan bijak dalam merespons—sebab komunikasi sejatinya adalah seni memanusiaikan manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Atkinson, R. L., Atkinson, R. C., Smith, E. E., & Bem, D. J. (2010). *Pengantar psikologi*. Jakarta: Erlangga.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., & Floyd, K. (2016). *Nonverbal communication* (2nd ed.). New York: Routledge.
- DeVito, J. A. (2011). *Human communication: The basic course*. Boston: Pearson.
- DeVito, J. A. (2019). *The interpersonal communication book* (15th ed.). New York: Pearson.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Forgas, J. P. (1995). *Mood and judgment: The affect infusion model (AIM)*. *Psychological Bulletin*, 117(1), 39–66. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.1.39>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of human communication* (10th ed.). Long Grove, IL: Waveland Press.
- Maslow, A. H. (1943). *A theory of human motivation*. *Psychological Review*, 50(4). <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Miller, K. (2005). *Communication theories: Perspectives, processes, and contexts*. New York: McGraw-Hill.

- Neisser, U. (1967). *Cognitive psychology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rogers, C. R. (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. Boston: Houghton Mifflin.
- Santrock, J. W. (2018). *Educational psychology* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Sarwono, S. W. (2010). *Psikologi umum*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Skinner, B. F. (1957). *Verbal behavior*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Watson, J. B. (1913). *Psychology as the behaviorist views it*. *Psychological Review*, 20(2).
- West, R., & Turner, L. H. (2017). *Introducing communication theory: Analysis and application* (6th ed.). New York: McGraw-Hill Education.