

**UPAYA-UPAYA PENGURANGAN DISONANSI KOGNITIF MELALUI  
KOMUNIKASI INTERPERSONAL**

**(Studi Kasus Pemilihan Konsentrasi Studi *Public Relations* Pada Mahasiswa  
2011/2012 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta)**

Tirsa Stephanie Chendriawan /Ninik Sri Rejeki

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

2013

**ABSTRAK**

Penelitian ini membahas mengenai identifikasi upaya-upaya pengurangan disonansi kognitif melalui komunikasi interpersonal terhadap mahasiswa konsentrasi studi *Public Relations* 2011/2012 FISIP UAJY. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan dan mendeskripsikan upaya-upaya apa saja yang dilakukan oleh mahasiswa yang mengalami disonansi untuk mengurangi disonansi yang mereka rasakan melalui komunikasi interpersonal.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus untuk mengumpulkan data. Data yang peneliti peroleh merupakan hasil wawancara tatap muka dengan mahasiswa yang menjadi informan dalam penelitian ini berjumlah empat orang mahasiswa.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa upaya-upaya pengurangan disonansi kognitif setelah memilih konsentrasi studi *Public Relations* dilakukan oleh mahasiswa yang mengalami disonansi, mahasiswa tersebut berupaya untuk mencari informasi guna menambah keyakinan mereka mengenai konsentrasi studi *Public Reltions* sehingga dapat membantu mengurangi disonansi

yang dirasakan. Upaya dalam konteks komunikasi interpersonal dilakukan bersama dengan orang-orang yang berada dalam lingkungan sosialnya yaitu keluarga dan teman-teman. Komunikasi Interpersonal tersebut berlangsung dengan baik dan efektif sehingga para komunikas merasa nyaman melakukan komunikasi tersebut, dengan adanya komunikasi interpersonal yang intens dilakukan dapat dilihat adanya sikap positif, empati dan saling mendukung yang ditunjukkan satu sama lain sehingga mahasiswa yang mengalami disonansi mendapatkan pengetahuan diri yang baru serta dapat saling berbagi dengan lawan bicaranya dan pada akhirnya komunikasi interpersonal yang terjadi dinyatakan dapat membantu mahasiswa mengurangi disonansi yang dirasakan setelah memilih konsentrasi studi *Public Relations*.

Kata kunci : Upaya-Upaya, Disonansi Kognitif, Komunikasi Interpersonal, Konsentrasi Studi *Public Relations*

## **A. Pendahuluan**

Dalam menjalani kehidupan sosial tentu banyak pilihan yang harus diambil baik itu yang buruk maupun yang baik, hal ini dapat dikatakan sebagai suatu sikap mengambil keputusan. Mengambil keputusan memang tidaklah mudah banyak faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut, sehingga terkadang individu mengalami suatu keraguan. Tidak hanya dalam masa sebelum memutuskan, tetapi bahkan ketika seseorang sudah memutuskan suatu pilihan keraguan masih bisa dirasakan oleh seseorang atau biasa disebut disonansi kognitif.

Disonansi kognitif dalam ilmu komunikasi adalah perasaan yang dimiliki orang ketika mereka menemukan diri mereka sendiri melakukan sesuatu yang tidak sesuai dengan apa yang mereka ketahui, atau mempunyai pendapat yang tidak sesuai dengan pendapat lain yang mereka pegang (West & Turner 2008:137)

Bergerak dari teori disonansi kognitif tersebut yang mendasari adanya keinginan penulis untuk mencari tahu mengenai upaya-upaya yang dilakukan mahasiswa untuk mengurangi disonansi kognitif yang dirasakan selama belajar

di konsentrasi studi PR (selanjutnya disingkat PR) melalui komunikasi interpersonal.

Pada dasarnya setiap individu akan merasa tidak nyaman dengan terjadinya suatu disonan dalam diri mereka, sehingga setiap individu selalu mengharapkan konsonan/konsistensi menurut Little John & Foss (2009:115) yaitu bahwa manusia akan selalu mencari homeostatis atau keseimbangan dan sistem kognitif adalah sebuah alat utama yang dapat digunakan untuk mencapai keseimbangan. Menurut teori konsistensi seseorang akan merasa nyaman jika ada konsistensi dalam dirinya ketika ada keseimbangan antara aspek kognitif, afektif, dan konatif. Aspek tersebut adalah sebagai berikut Menurut Sendjaja (Dalam Ritonga, 2005:16):

1. Aspek kognitif, yaitu yang menyangkut kesadaran dan pengetahuan. Misalnya, menjadi sadar atau ingat, menjadi tahu dan kenal.
2. Aspek afektif, yaitu menyangkut sikap atau perasaan/emosi. Misalnya, sikap setuju/tidak setuju, perasaan sedih, gembira, perasaan benci, dan menyukai.
3. Aspek konatif, yaitu menyangkut perilaku/tindakan. Misalnya berbuat seperti apa yang disarankan, atau berbuat sesuatu tidak seperti yang disarankan (menentang).

Konsistensi menjadi penting untuk dibentuk dalam diri seseorang, dan tentu membutuhkan suatu usaha untuk menghilangkan disonan tersebut menjadi sesuatu yang konsonan/konsisten. Fenomena ini mengandung pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab secara tuntas dengan sebuah penelitian ilmiah. Penelitian dimaksudkan untuk melakukan analisis terhadap metode pengurangan disonansi kognitif melalui komunikasi interpersonal pada beberapa mahasiswa 2011/2012 terkait keputusan memilih konsentrasi studi *Public Relations*.

Salah satu hal yang menyebabkan terjadinya disonansi dalam diri mahasiswa adalah, masih banyaknya pendapat yang keliru mengenai konsentrasi

studi PR di Prodi Ilmu Komunikasi ini yang biasanya dirasakan sebelum mahasiswa memutuskan memilih konsentrasi studi ini diantaranya adalah mengenai mata kuliah yang dianggap cenderung lebih mudah, banyak mata kuliah yang cenderung lebih mengandalkan bersolek serta pandangan bahwa konsentrasi srtudi PR hanya mengandalkan kemampuan “asal supel dan ramah” kepada orang lain, maka konsentrasi PR adalah salah satu pilihan yang tepat agar tidak perlu mempelajari teori yang dirasa sulit, karena lebih banyak mata kuliah yang aktifitasnya bersifat praktek. Pandangan keliru seperti ini lazim beredar di kalangan mahasiswa sendiri dan sering menjadi fakta yang tak terbantahkan dalam menilai konsentrasi studi PR di Prodi Ilmu Komunikasi UAJY. Namun setelah merasakan langsung belajar di konsentrasi studi ini sebagian mahasiswa merasa kesulitan dengan proses pembelajaran di konsentrasi studi PR, biasanya terkait dengan tugas-tugas, ujian yang dapat dikatakan banyak sehingga menuntut mahasiswa untuk lebih tekun dalam mempelajari mata kuliah yang bersangkutan, adanya kesulitan ini menyebabkan kebimbangan di dalam diri mahasiswa yang merasa tidak yakin, dan bimbang apakah kedepannya akan menjadi seorang PR ataukah tidak.

Komunikasi interpersonal menurut Myers dan Myers 1994 (Dalam Suseno, 2012:15) mendefinisikan komunikasi interpersonal adalah proses transaksi antara seseorang dengan lingkungannya yang mencakup orang-orang sebagai teman, keluarga, anak-anak, rekan kerja bahkan orang asing. Komunikasi interpersonal dalam komunikasi menjadi penting karena mengandung unsur pesan di dalamnya dan pesan merupakan hal yang utama untuk diperhatikan dan dipahami, guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam hal ini khususnya untuk mengurangi disonansi kognitif yang dialami.

Suatu pilihan tentu sebaiknya didukung adanya informasi dan pengetahuan yang memadai dan dijalankan berdasarkan rasa senang seseorang terhadap pilihan tersebut sehingga seseorang memiliki keyakinan dan kepastian ketika

mengambil suatu keputusan. Keputusan memilih konsentrasi studi adalah pemusatan pikiran, perasaan, kemauan atau perhatian seseorang memilih konsentrasi PR. Berdasarkan respons positif, rasa senang terhadap suatu obyek, dalam hal ini telah memilih konsentrasi studi PR dapat timbul dan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut berasal dari dalam maupun dari luar mahasiswa. Beberapa faktor dari dalam seperti faktor emosional, persepsi, motivasi, bakat, penguasaan ilmu pengetahuan berupa prestasi belajar. Faktor dari luar diri mahasiswa di antaranya adalah adanya pengaruh dari lingkungan luar atau lingkungan sosial. Faktor dari dalam seperti halnya emosional, persepsi, dan motivasi mengandung unsur-unsur kognisi (menenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Unsur kognisi dalam arti motivasi itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju dari keputusan tersebut. Unsur emosi karena dalam partisipasi atau pengalaman tertentu (biasanya rasa senang) sedangkan unsur konasi merupakan kelanjutan dari unsur emosi. Kedua unsur tersebut diwujudkan dalam bentuk kemampuan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan. Hal-hal tersebut diatas berpengaruh terhadap kognisi dan keputusan mahasiswa telah memilih konsentrasi studi PR yang akan timbul dengan didahului pengenalan kemudian merasakan dan diakhiri kehendak atau hasrat untuk menentukan pilihan obyek yang dituju. Berkaitan dengan hal tersebut motivasi mahasiswa memilih konsentrasi studi PR diharapkan timbul dengan didahului pengenalan dan diakhirinya berkehendak untuk memilih konsentrasi studi PR.

Hal-hal ini tentunya dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa memilih konsentrasi studi PR yang didahului pengenalan lantas diakhiri kehendak atau hasrat untuk memutuskan memilih konsentrasi PR tersebut. Bagi sebagian mahasiswa hal ini sudah berlaku dalam diri mereka ketika sebelum mengambil keputusan memilih konsentrasi PR mereka sudah mendapatkan berbagai informasi yang meningkatkan konsonansi mereka terkait

proses pembelajaran di konsentrasi studi PR dan lingkup kerja seorang PR kedepannya, namun ada juga mahasiswa yang tidak demikian sehingga penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki fokus pada analisis terhadap upaya-upaya pengurangan disonansi kognitif melalui komunikasi interpersonal pada mahasiswa 2011/2012. Berdasarkan uraian diatas maka penulis bermaksud meneliti analisis terhadap upaya-upaya pengurangan disonansi kognitif melalui komunikasi interpersonal pada mahasiswa FISIP UAJY 2011/2012 terkait keputusan memilih konsentrasi studi PR. Penulis memilih judul skripsi ini karena ingin mengetahui bagaimana upaya-upaya yang ditempuh mahasiswa untuk mengurangi disonansi kognitif dalam dirinya melalui komunikasi interpersonal, terhadap keputusan memilih konsentrasi studi *Public Relations* saat ini.

Sesuai identifikasi dan pembatasan masalah di muka, dirumuskan Rumusan masalah yaitu penelitian ini ingin mengetahui mengenai “Bagaimana upaya-upaya pengurangan disonansi kognitif melalui komunikasi interpersonal pada mahasiswa konsentrasi studi *Public Relations* 2011/2012” selain perumusan masalah tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat menemukan dan mendeskripsikan perasaan disonansi yang dirasakan oleh mahasiswa dan ntuk mengetahui bagaimana upaya-upaya mahasiswa tersebut untuk mengurangi disonansi kognitif melalui komunikasi interpersonal pada mahasiswa konsentrasi studi *Public Relations* 2011/2012.

Setelah melakukan penelitian, peneliti mendapatkan hasil temuan bahwa permasalahan yang muncul seperti disebutkan sebelumnya setelah memilih konsentrasi studi *Public Relations* dirasakan oleh para mahasiswa dan upaya yang dilakukan melalui komunikasi interpersonal menurut mereka sejauh ini cukup membantu mereka mengurangi disonansi yang dirasakan sehingga dapat tetap menjalani proses perkuliahan dengan baik.

## **B. Kerangka Teori**

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertama teori mengenai disonansi kognitif, teori disonansi kognitif menjelaskan mengenai keyakinan dan perilaku dapat mengubah sikap. Teori ini berfokus pada efek inkonsistensi yang ada diantara kognisi-kognisi. Teori ini biasanya sering terjadi di dalam diri individu seseorang. Dalam buku Teori Komunikasi yang dikemukakan West & Turner (2008:135) ada empat asumsi dasar mengenai teori ini: Manusia memiliki hasrat akan adanya konsistensi pada keyakinan, sikap, dan perilakunya, Disonansi diciptakan oleh inkonsistensi psikologis, Disonansi adalah perasaan tidak suka yang mendorong orang untuk melakukan tindakan dengan dampak yang dapat diukur, Disonansi akan mendorong usaha untuk memperoleh konsonansi dan usaha untuk mengurangi disonansi. Usaha tersebut diwujudkan dalam tiga cara yang digunakan untuk mengurangi disonansi yang dirasakan menurut West & Turner (2008:141), yaitu:

1. Mengurangi pentingnya keyakinan disonan
2. Menambahkan keyakinan yang konsonan
3. Menghapus disonansi dengan cara tertentu

Dari keempat asumsi yang telah disebutkan, demikian penelitian ini didasari oleh teori disonansi kognitif menurut West & Turner. Hubungan disonan terjadi adalah ketika elemen-elemen dalam diri seseorang tidak seimbang satu dengan yang lainnya. Sehingga pada akhirnya menimbulkan keinginan untuk berupaya mengurangi disonansi yang dirasakan melalui tiga upaya pengurangan disonansi kognitif.

Teori kedua yang digunakan dalam komunikasi interpersonal yang pertama mengenai karakteristik, ada delapan karakteristik yang perlu diketahui karakteristik tersebut digunakan sebagai bahan analisis, apakah komunikasi yang dijalankan oleh subyek penelitian memiliki karakter komunikasi interpersonal atau tidak, karakteristik tersebut dikemukakan oleh Richard L. weaver II (Dalam Budyatna, 2011:15) yaitu : Melibatkan paling sedikit dua orang, Adanya umpan

balik atau *feedback*, Tidak harus tatap muka , Tidak harus bertujuan, Menghasilkan beberapa pengaruh atau *effect*, Tidak harus melibatkan atau menggunakan kata-kata, Dipengaruhi oleh konteks. Konteks merupakan tempat pertemuan komunikasi terjadi termasuk apa yang mendahului dan mengikuti apa yang dikatakan (Verdeber et al., 2007). Konteks mempengaruhi harapan-harapan partisipan, makna yang diperoleh para partisipan, dan perilaku mereka selanjutnya, konteks meliputi: Jasmaniah, Sosial, Historis, Psikologis, Keadaan kultural yang mengelilingi peristiwa komunikasi. Efektif tidaknya komunikasi interpersonal yang terjadi juga dipengaruhi oleh kegaduhan atau noise. Efektif tidaknya komunikasi interpersonal yang dilakukan ditentukan berdasarkan lima kualitas umum yang dipertimbangkan menurut DeVito (DeVito, 1996:259-264) secara humanistik atau bisa disebut sebagai perkiraan lunak sebagai berikut: Keterbukaan, Empati, Sikap mendukung, Deskriptif, Spontanitas, Provosionalism, Sikap positif, Kesetaraan. Selain ancangan secara humanistik ada pula ancangan secara pragmatis dalam menilai efektifitas komunikasi interpersonal, ancangan pragmatis ini sering disebut sebagai ancangan keras untuk efktivitas interpersonal. Model ini menawarkan lima kualitas efektivitas sebagai berikut : Kepercayaan diri, Kebersatuan, Manajemen interaksi, Daya ekspresi

Sukses komunikasi interpersonal banyak bergantung pada kualitas konsep diri positif atau negatif. Menurut William D. Brooks dan Philip Emmert 1976:42-43 (Dalam Rakhmat, 2007:105) orang yang memiliki konsep diri negatif adalah sebagai berikut: Peka pada kritik, Responsif terhadap pujian, Hiperkritis, Merasa tidak disenangi orang lain, Bersikap pesimis Sebaliknya orang yang memiliki konsep diri positif ditandai dengan lima hal Menurut William D. Brooks dan Philip Emmert (Dalam Rakhmat, 2007:105,) orang yang memiliki konsep diri negatif adalah sebagai berikut: Ia yakin akan kemampuannya mengatasi masalah, Ia merasa setara dengan orang lain, Ia menerima pujian tanpa rasa malu, Ia menyadari bahwa setiap orang mempunyai



berbagai perasaan, keinginan, dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui masyarakat, Ia mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubahnya. Dalam buku Psikologi Komunikasi Rakhmat juga merangkum topik mengenai faktor personal yang mempengaruhi atraksi interpersonal, faktor-faktor ini datang dari dalam diri seseorang, jika faktor personal dapat mendukung komunikasi interpersonal yang terjadi maka upaya pengurangan disonansi kognitif dapat dirasakan oleh pihak-pihak yang melakukan komunikasi. Faktor-faktor tersebut, yaitu (Rakhmat, 2007:113) : Kesamaan karakteristik personal, Tekanan emosional (*stress*), Harga diri yang rendah, Isolasi sosial Dalam melakukan komunikasi interpersonal situasi menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi komunikasi yang terjadi. Berikut ini adalah faktor-faktor situasional yang mempengaruhi atraksi interpersonal, jika situasi yang terjadi mendukung maka dapat membantu mengurangi disonansi yang dirasakan seseorang ketika melakukan komunikasi. Faktor-faktor tersebut dikemukakan dalam buku psikologi komunikasi menurut Jalaluddin Rakhmat (2007:114): Daya tarik fisik (*Physical Attractiveness*), Familiarity, Kedekatan (*Proximity*), Kemampuan (*competence*). Atraksi juga turut menentukan pola komunikasi interpersonal, atraksi yang terjadi diantara komunikan dapat berpengaruh terhadap penilaian dan pengambilan keputusan dalam diri seseorang, berikut pengaruhnya, yaitu ( Rakhmat, 2007:118)

Dalam kognisi yang dimiliki seseorang tentu ada sikap didalamnya yang harus ditentukan oleh setiap individu, pembentukan sikap ini tentu memiliki nilai bagi seseorang. Menurut Krech, Crtuchfied, Ballachey dalam buku *Social Attitudes* (1996:81-92, terjemahan Rochmah, Djamil dan Rochayah) orang mengembangkan sikapnya sebagai tanggapan terhadap situasi masalah, yakni dalam mencoba memenuhi keinginan khusus. Berikut beberapa hal yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap dalam diri seseorang, yaitu : Sikap

berkembang dalam proses pemenuhan keinginan dan Sikap seseorang terbentuk oleh informasi yang diterapkan kepadanya.

### C. Hasil dan Analisis

Hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa disonansi memang dirasakan oleh mahasiswa dalam penelitian ini sesuai teori disonansi kognitif yang telah dikemukakan sebelumnya, dimana terjadi suatu disonansi/ketidakyakinan dalam diri mereka mengenai prospek kerja menjadi seorang PR di masa mendatang, disonansi yang terjadi terkait kemampuan yang harus dimiliki sebagai seorang PR yang tercermin dari proses perkuliahan sehari-hari, ada perasaan tidak mampu menjalani perkuliahan tersebut terkait berbagai mata kuliah yang berkaitan dengan tugas seorang *Public Relations*. Disonansi yang dirasakan oleh para mahasiswa tentu membuat mereka merasa tidak nyaman sehingga muncullah suatu upaya untuk mengurangi disonansi tersebut, upaya dilakukan dengan cara mencari informasi yang dapat mendukung pengetahuan para mahasiswa mengenai konsentrasi *Public Relations* baik untuk menjalani perkuliahan ataupun prospek kedepannya, informasi dimaksudkan untuk membantu mahasiswa mengurangi disonansi yang dirasakan demi mencapai konsongan dalam diri mereka, upaya tersebut dilakukan salah satunya adalah melalui komunikasi interpersonal yang dilakukan dengan kerabat mereka seperti keluarga dan teman, dalam melakukan komunikasi tersebut keempat mahasiswa merasa nyaman dengan komunikasi yang terjadi, dan hubungan yang terjalin diantara mereka juga semakin berkembang ditunjukkan dengan adanya sikap positif satu sama lain yaitu dengan saling empati, saling berorientasi, saling terbuka, kebersatuan dan rasa nyaman. Komunikasi yang terjadi diantara mahasiswa dan lawan bicaranya membuat para mahasiswa merasa mendapatkan suatu pengetahuan baru mengenai *Public Relations*, sehingga pada akhirnya dapat membantu mereka mengurangi disonansi yang dirasakan terkait keputusan

memilih konsentrasi studi *Public Relations* dan juga untuk prospek kerja di masa mendatang.

#### **D. Kesimpulan**

Disonansi yang terjadi dalam diri seseorang, membuat seseorang merasa tidak nyaman dengan keadaannya. Perasaan disonansi yang dirasakan pada akhirnya akan mendorong seseorang untuk berusaha mengurangi atau bahkan menghilangkan perasaan tersebut. Cara yang ditempuh dapat dilakukan dengan berbagai upaya untuk mencari informasi agar dapat mengurangi disonansi yang dirasakan, salah satunya adalah melalui komunikasi interpersonal, sehingga dari komunikasi tersebut dapat ditemukan siapa saja yang menjadi teman atau lawan bicara yang dapat membantu mengurangi disonansi yang dirasakan. Dari serangkaian proses yang penulis lakukan maka penulis menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Upaya-upaya pengurangan disonansi kognitif yang dilakukan oleh mahasiswa berdasarkan teori disonansi kognitif yaitu :
  - a. Upaya pengurangan disonansi kognitif dengan cara mengurangi pentingnya keyakinan disonan telah dilakukan oleh setiap informan, upaya ini dilakukan dengan seleksi terhadap setiap informasi yang ada meskipun informan menerima seluruh informasi yang mereka dapatkan tetapi hanya informasi yang dapat mengurangi disonansi mereka saja yang pada akhirnya dianut dan dilakukan sehingga dapat membantu mengurangi disonansi yang dirasakan.
  - b. Upaya pengurangan disonansi kognitif dengan cara menambah keyakinan yang konsonan juga telah dilakukan oleh setiap informan, upaya tersebut terlihat dari adanya komunikasi interpersonal yang telah mereka lakukan dengan teman dan keluarga sehingga membantu mengurangi disonansi yang dirasakan.

- c. Upaya pengurangan disonansi dengan cara menghapus disonansi dengan cara tertentu telah dilakukan oleh setiap informan. Informan pertama adalah dengan mencoba mengubah *mindset*, informan kedua belajar dengan lebih tekun agar dapat meningkatkan nilai akademik dan prestasi, informan ketiga membaca berbagai referensi mengenai *Public Relations* dan informan keempat meningkatkan percaya diri agar memiliki kemampuan yang lebih baik untuk menjadi seorang *Public Relations*.
2. Komunikasi interpersonal sebagai salah satu konteks dalam upaya untuk mengurangi disonansi kognitif yang dirasakan mahasiswa dilakukan secara intensif dengan orang-orang yang ada di lingkungan sosial mereka seperti teman dan keluarga. Komunikasi interpersonal yang terjadi adalah komunikasi yang menunjukkan adanya saling empati, keterbukaan, sikap saling mendukung dan sikap positif satu sama lain sehingga memberikan kenyamanan bagi kedua pihak yang berkomunikasi dan pada akhirnya memberi pengetahuan baru bagi para informan dan terlebih dapat membantu para informan mengurangi disonansi yang mereka rasakan setelah memilih konsentrasi studi *Public Relations*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Budyatna, Muhammad & Leila Mona Ganiem. 2011. *Teori komunikasi Interpersonal*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- DeVito, Joseph A. 1996. *Komunikasi Antarmanusia: Kuliah Dasar*. Edisi ke 5. Jakarta: Professional Books
- Iskandar. 2008. *Metodologi Pendidikan dan Sosial: Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Kriyantono, Rahmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Krech, Crutchfield, Ballachey. 1996. *Social Attitudes*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.
- Littlejohn & Karen Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Mulyana Deddy & Solatun. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ritonga, Jamiluddin. 2005. *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT LKS Pelangi Aksara Yogyakarta

Suseno ni'mah miftahun.2012. *Pengaruh Pelatihan Komunikasi Interpersonal Terhadap Efikasi Diri Sebagai Pelatih Pada Mahasiswa.*

Yogyakarta: Percetakan Ash-Shaff

Turner Lynn & Richard West. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi.*

Jakarta:Mc Graw Hill.

### **Kamus**

Pusat pembinaan dan pengembangan bahasa. 1998. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Cetakan pertama.

Jakarta:Balai Pustaka