



Konteks-Konteks **KOMUNIKASI DASAR**



Monika Teguh | Ananda Gabriel Panggabean | Andreano Sebastian Dengi
Aoldry Viyant Julia Chelsea | Floretta Edlyn Naomi | Jeanie Vianna
Justin Muljadi | Lyndon Yosua Ezell Liemanjaya | Michelin Sidharta
Nabila Arrayan | Ruben Evander Lie | Stephanie Angelica Immanuela

Konteks-Konteks **KOMUNIKASI DASAR**

Monika Teguh | Ananda Gabriel Panggabean | Andreano Sebastian Dengi
Aoldry Viyant Julia Chelsea | Floretta Edlyn Naomi | Jeanie Vianna
Justin Muljadi | Lyndon Yosua Ezell Liemanjaya | Michelin Sidharta
Nabila Arrayan | Ruben Evander Lie | Stephanie Angelica Immanuela

KONTEKS-KONTEKS KOMUNIKASI DASAR

Tim Penulis:

Monika Teguh - Ananda Gabriel Panggabean - Andreano Sebastian Dengi - Aoldry Viyant Julia Chelsea
Floretta Edlyn Naomi - Jeanie Vianna - Justin Muljadi - Lyndon Yosua Ezell Liemanjaya
Michelin Sidharta - Nabila Arrayan - Ruben Evander Lie - Stephanie Angelica Immanuela

Desain Cover:

Andi Juliandi

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Proofreader:

Aas Masruroh

QRCBN:

62-1256-8618-568

Cetakan Pertama:

Agustus, 2026

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan kesempatan yang diberikan, buku *Konteks-Konteks Komunikasi Dasar* ini akhirnya dapat hadir di tangan pembaca.

Buku ini disusun secara bertahap dan kontekstual. Pembaca diajak terlebih dahulu menyelami komunikasi intrapersonal ruang sunyi tempat kita berdialog dengan pikiran, perasaan, dan nilai-nilai pribadi. Dari sana, pembahasan bergerak ke komunikasi interpersonal, ranah perjumpaan antar manusia yang sarat empati, kepercayaan, dan makna. Selanjutnya, pembaca akan memahami dinamika komunikasi kelompok, bagaimana ide dibangun, perbedaan dinegosiasikan, dan keputusan diambil bersama.

Tidak berhenti di situ, buku ini juga mengulas komunikasi organisasi sebagai fondasi kerja sama yang terstruktur, komunikasi publik sebagai keterampilan menyampaikan gagasan secara terbuka dan bertanggung jawab, serta komunikasi massa yang menjembatani pesan kepada khalayak luas melalui media. Setiap bab dirancang untuk memberikan pemahaman konseptual yang mendasar sekaligus relevan dengan realitas kehidupan sehari-hari.

Kami menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna. Namun, harapan kami sederhana: semoga buku ini dapat menjadi teman belajar yang hangat, memantik refleksi, dan membantu pembaca melihat komunikasi bukan hanya sebagai proses penyampaian pesan, tetapi sebagai proses membangun makna, hubungan, dan peradaban.

Akhir kata, semoga kehadiran buku ini memberi manfaat bagi civitas akademik, pendidik, maupun siapa saja yang ingin memahami komunikasi secara lebih utuh dan manusiawi.

Selamat membaca dan bertumbuh bersama.

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 KOMUNIKASI INTRAPERSONAL.....	1
A. Definisi dan Konsep Kunci Komunikasi Intrapersonal	1
B. Karakteristik dan Komponen Komunikasi Intrapersonal.....	7
C. Contoh Komunikasi Intrapersonal Dalam Kehidupan Nyata	10
BAB 2 KOMUNIKASI INTERPERSONAL	15
A. Definisi dan Konsep Kunci Komunikasi Interpersonal	15
B. Karakteristik dan Komponen Komunikasi Interpersonal.....	21
C. Contoh Komunikasi Interpersonal Dalam Kehidupan Nyata	29
BAB 3 KOMUNIKASI KELOMPOK.....	35
A. Definisi dan Konsep Kunci Komunikasi Kelompok.....	35
B. Karakteristik dan Komponen Komunikasi Kelompok	45
C. Contoh Komunikasi Kelompok Dalam Kehidupan Nyata.....	50
BAB 4 KOMUNIKASI ORGANISASI	57
A. Definisi dan Konsep Kunci Komunikasi Organisasi	57
B. Karakteristik dan Komponen Komunikasi Organisasi.....	61
C. Contoh Komunikasi Organisasi Dalam Kehidupan Nyata	64
BAB 5 KOMUNIKASI PUBLIK	69
A. Definisi dan Konsep Kunci Komunikasi Publik	69
B. Karakteristik dan Komponen Komunikasi Publik.....	74
C. Contoh Komunikasi Publik Dalam Kehidupan Nyata	79
BAB 6 KOMUNIKASI MASSA	85
A. Definisi dan Konsep Kunci Komunikasi Massa.....	85
B. Karakteristik dan Komponen Komunikasi Massa	89
C. Contoh Komunikasi Massa Dalam Kehidupan Nyata	92
DAFTAR PUSTAKA.....	97

BAB 1

KOMUNIKASI INTRAPERSONAL

A. DEFINISI DAN KONSEP KUNCI KOMUNIKASI INTRAPERSONAL

Komunikasi intrapersonal adalah proses komunikasi yang terjadi secara eksklusif di dalam diri individu, di mana seseorang berinteraksi dengan aspek-aspek internal seperti pikiran, emosi, dan perasaan tanpa melibatkan pihak eksternal. Kata ini berasal dari kata Latin "intra" yang berarti "di dalam" dan "personal" yang berarti "pribadi", sehingga menegaskan dialog batin yang subjektif dan pribadi. Konsep ini oleh psikolog humanistik seperti Carl Rogers pada tahun 1950-an melihat komunikasi intrapersonal sebagai fondasi utama dalam perkembangan diri dan kesehatan mental. Menurutnya, individu yang dapat berkomunikasi dengan dirinya sendiri secara positif akan memiliki self-actualization lebih baik, yaitu pencapaian potensi maksimal.

Menurut Joseph DeVito (2013), komunikasi intrapersonal adalah bentuk serta proses internal dalam diri individu, di mana seseorang mengirimkan dan menerima pesan dalam dirinya sendiri dengan tujuan memahami, berpikir, merenung dan menilai situasi tertentu. Komunikasi ini menjadi dasar bagi setiap bentuk komunikasi eksternal, karena apa yang dipikirkan dan dirasakan seseorang akan sangat mempengaruhi bagaimana ia berbicara, bertindak, dan bereaksi terhadap orang lain. Dengan kata lain, komunikasi intrapersonal merupakan pondasi bagi komunikasi interpersonal yang efektif.

Lalu, menurut Deddy Mulyana (2019), komunikasi intrapersonal adalah aktivitas mental yang melibatkan dialog batin, perenungan, dan proses berpikir tentang diri sendiri dan dunia sekitar. Ia menegaskan bahwa

BAB 2

KOMUNIKASI INTERPERSONAL

A. DEFINISI DAN KONSEP KUNCI KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Dalam menopang kehidupan sehari-hari, tentunya kita tidak terlepas dari suatu komunikasi. Komunikasi membantu kita berhubungan dengan orang lain ataupun diri sendiri. Melalui komunikasi manusia dapat berkembang sesuai dengan peradaban dan menyesuaikan diri pada lingkungan. Komunikasi juga merupakan suatu hal dasar yang sudah kita dapatkan sejak lahir, baik itu melalui simbol, gestur, atau kata-kata. Komunikasi tidak begitu saja terjadi tapi dapat berlangsung pada suatu situasi atau konteks tertentu. Dan dalam setiap hal kecil yang kita lakukan pasti tersirat suatu bentuk komunikasi di dalamnya.

Hal sederhana ketika berinteraksi dengan orang lain dapat menjadi bentuk komunikasi kita jalani. Setiap kali kita berbincang, berdiskusi, bertukar pikiran dengan orang lain, sebenarnya kita sedang menjalankan komunikasi interpersonal. Jadi komunikasi interpersonal sendiri merupakan suatu konteks komunikasi yang melibatkan manusia secara langsung dan menimbulkan respons. Menurut Prof. Deddy Mulyana, M. A., Ph. D. (2023), tertulis dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, ia menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal atau Komunikasi antarpribadi adalah “komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal” (hlm. 94).

Komunikasi interpersonal dapat mempengaruhi umpan balik dari komunikasi, tergantung bagaimana cara komunikator menyampaikan pesan tersebut. Hasil umpan balik dari komunikasi interpersonal sangatlah cepat,

BAB 3

KOMUNIKASI KELOMPOK

A. DEFINISI DAN KONSEP KUNCI KOMUNIKASI KELOMPOK

Komunikasi kelompok adalah bidang kajian, studi, dan penerapan yang tidak hanya menyoroti proses kelompok secara keseluruhan, tetapi juga menitikberatkan pada perilaku komunikasi individu dalam interaksi kelompok kecil secara tatap muka (Novianti & Sos, 2021). Komunikasi kelompok merupakan salah satu bentuk komunikasi yang paling sering terjadi dalam kehidupan sosial manusia. Setiap individu, secara sadar atau tidak, terlibat dalam proses komunikasi kelompok ketika berinteraksi dengan orang lain dalam lingkup kecil yang memiliki tujuan bersama. Proses ini menjadi bagian penting dari dinamika sosial, karena melalui komunikasi kelompok, manusia dapat bekerja sama, bertukar ide, dan mencapai kesepakatan dalam berbagai hal.

Dalam konteks umum, komunikasi kelompok dapat diartikan sebagai proses pertukaran pesan antara beberapa individu yang saling berinteraksi dalam situasi tatap muka atau melalui media, dengan tujuan tertentu yang ingin dicapai bersama. Komunikasi kelompok biasanya berlangsung dalam kelompok kecil yang terdiri dari tiga hingga dua belas orang, agar setiap anggota masih dapat berinteraksi secara langsung dan aktif dalam proses komunikasi. Suatu kelompok ditandai oleh adanya interaksi yang intens antaranggotanya, sehingga tidak semua kumpulan individu dapat dikategorikan sebagai kelompok (Saputra, et al. 2023).

Hakikat dari komunikasi kelompok terletak pada interaksi dua arah yang bersifat partisipatif. Setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan pendapat, memberikan tanggapan, serta berkontribusi

BAB 4

KOMUNIKASI ORGANISASI

A. DEFINISI DAN KONSEP KUNCI KOMUNIKASI ORGANISASI

Berorganisasi tanpa komunikasi layaknya kendaraan tanpa bahan bakar. Tanpa bahan bakar kendaraan tidak akan bisa jalan. Hal tersebut sama dengan organisasi tanpa komunikasi yang baik. Tanpa komunikasi yang baik, organisasi akan menimbulkan miskomunikasi, kesalahpahaman, konflik dan hal buruk lainnya. Lalu apa saja yang perlu kita pahami agar bisa berkomunikasi dengan baik di organisasi?

Komunikasi organisasi adalah proses yang terjadi dalam lingkungan kerja di mana individu, kelompok, dan unit-unit dalam organisasi saling bertukar pesan, informasi, dan makna dengan tujuan mencapai kesepahaman, kerja sama, serta efektivitas kinerja (Mulyana, 2019). Menurut Effendy (2017), komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lain untuk menimbulkan pengertian yang sama. Ketika komunikasi diterapkan dalam konteks organisasi, maka proses tersebut menjadi lebih terstruktur dan memiliki fungsi strategis dalam menggerakkan seluruh sumber daya organisasi.

Komunikasi Organisasi dibedakan menjadi dua bentuk yaitu internal dan eksternal. Komunikasi internal menunjukkan hubungan interaksi dengan anggota lainnya tanpa melihat posisi dan level. Pakar pendidikan hubungan masyarakat, Scott Cutlip (dalam Irwanti, 2022) berpendapat juga bahwa komunikasi internal merupakan proses mengidentifikasi, membangun dan memelihara hubungan mutualisme organisasi baik internal maupun eksternal. Selain itu, Bevan dan Bailey berpendapat bahwa

BAB 5

KOMUNIKASI PUBLIK

A. DEFINISI DAN KONSEP KUNCI KOMUNIKASI PUBLIK

Komunikasi publik adalah proses penyampaian pesan dari individu, kelompok, atau lembaga kepada masyarakat luas melalui berbagai macam sumber media dengan tujuan untuk membentuk dan merancang suatu pemahaman serta kesadaran bersama. Komunikasi publik mencakup berbagai macam aktivitas seperti penyampaian informasi, mempersuasi, serta pembentukan opini di ruang publik.

Komunikasi publik merupakan proses komunikasi yang dilakukan secara penyampaian pesan dari satu pihak seperti pemerintah atau tokoh publik kepada khalayak luas dan bertujuan untuk menyampaikan informasi, membentuk opini, mempengaruhi sikap, dan melibatkan publik sebagai khalayak tersebut. Tetapi kali ini yang ingin dipaparkan dan dijelaskan adalah pengaruh dari komunikasi publik tersebut kepada opini masyarakat. Salah satu tokoh pengkaji Indonesia Nurul Aini dan Didik Hariyanto meneliti bagaimana framing berita pemerintah dalam media Kompas.com mempengaruhi persepsi publik selama pandemi Covid-19, Ia menemukan bahwa terdapat bias sikap pro pemerintah dan anti pemerintah dalam artikel agenda media mempengaruhi jenis berita yang dipilih framing tertentu mempengaruhi persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah.

Oleh karena itu, bila manusia tidak berkomunikasi dengan baik maka ia tidak akan dapat menciptakan ataupun memelihara suatu relasi dengan sesama dalam sebuah kelompok, organisasi, serta masyarakat. Komunikasi publik memungkinkan manusia untuk mengatur atau mengkoordinasikan semua kebutuhannya dengan sesama orang lain. Selain itu adapun definisi

BAB 6

KOMUNIKASI MASSA

A. DEFINISI DAN KONSEP KUNCI KOMUNIKASI MASSA

Menurut Gerbner (1967), komunikasi massa adalah proses produksi dan distribusi pesan yang berlandaskan teknologi dan lembaga sosial, yang dilakukan secara berkelanjutan kepada khalayak luas. Produk komunikasi massa berbentuk pesan yang disebarkan secara terus-menerus pada interval waktu tertentu, misalnya mingguan atau bulanan. Selain itu, menurut McQuail (2010), komunikasi massa adalah bentuk komunikasi publik yang ditujukan kepada khalayak besar melalui saluran institusional, yang bersifat terbuka dan berorientasi pada penyebaran informasi secara luas.

Konsep kunci komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan secara satu arah kepada masyarakat luas dengan umpan balik yang terbatas. Pesan bersifat tunggal atau satu arah, disampaikan secara bersamaan kepada banyak orang melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan media digital. Komunikasi massa bersifat anonim karena komunikator dan audiens tidak saling mengenal secara langsung. Oleh karena itu, media berperan sebagai penghubung utama yang mampu menjangkau khalayak luas dalam waktu singkat.

Komunikasi massa memiliki beberapa fungsi, yaitu memberikan hiburan, persuasi, informasi dan pendidikan kepada khalayak. Pertama, fungsi informatif berkaitan dengan penyampaian berita, data yang tersedia, dan informasi baru kepada publik, sehingga masyarakat dapat memahami berbagai peristiwa yang ada, baik peristiwa sosial, ekonomi, politik, maupun budaya. Kedua, fungsi hiburan memiliki peran dalam memberikan rasa

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, ., Sakti, I., & Fadillah, Y. R. (2023). Karakteristik komunikasi organisasi dan kepuasan komunikasi organisasi serta konsep iklim komunikasi organisasi [Makalah, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Alaika Amaly Khaira, Gisella Aisyah, Hocky Nis Kharisma Dewi, Rahma Aniq Aulia, & April Laksana. (2024). Pengaruh Media Digital dalam Penggunaan Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal pada Remaja. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 357–366. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1376>
- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawa, W. (2022). Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337-342. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2611>
- Anshorie, A. (2015). Peranan Komunikasi Kelompok Dalam Menciptakan Keharmonisan Antar Anggota Komunitas Pengajian Barokah Sekumpul Mushola Ar-Raudah Loa Bakung Samarinda. *EJournal Komunikasi*, 364-365.
- Aronson, E., Wilson, T. D., & Sommers, S. R. (2018). *Social Psychology* (10th ed.). Pearson.
- Barseli, M., Sembiring, K., Ildil, I., & Fitra, L. (2018). The Concept of Student Interpersonal Communication. *JPPI (Jurnal Studi Pendidikan Indonesia)*, 4(2), 129-134. <https://doi.org/10.29210/02018259>
- Budi Rahayu, P., & Cangara, H. (2024). Peran Artificial Intelligence dalam Transformasi Komunikasi Interpersonal: Peluang dan Tantangan di Era Digital. *Journal of Mandalika Literature*, 5(4), 2745–5963.
- Burnett, P. C. (2011). *Positive Self-Talk: How Inner Speech Shapes Wellbeing*. Routledge.
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self-Esteem*. W. H. Freeman.
- Devito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book* (14th ed.). Pearson.

- DeVito, J. (2022). *The Interpersonal Communication Book, The, Global Edition, 16th edition.*
https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292439600_A43367647/preview-9781292439600_A43367647.pdf%0Ahttps://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/199280/slug/the-interpersonal-communication-book-the-global-edition-16th-edition.html
- Djamarah, S. B. (2018). Psikologi Belajar. Rineka Cipta.
- Elvionita, Vini. (2022). *Karakteristik Komunikasi Interpersonal Orangtua dan Anak dalam Upaya Mengatasi Kecanduan Game Online pada Anak.* [Skripsi, Universitas Islam Riau].
<https://repository.uir.ac.id/14518/1/179110067.pdf>
- Ferreira, J. (2025). Interpersonal Relationships in the Contemporary 21st Century Society. In *Interpersonal Relationships in the Contemporary 21st Century Society*. <https://doi.org/10.5772/intechopen.1001735>
- Goleman, D. (1995). Emotional Intelligence. Bantam Books.
- Gross, J. J. (2015). Handbook of Emotion Regulation (2nd ed.). Guilford Press.
- Gushevinalti, Panji Suminar dan Heri Sunaryanto. Transformasi Karakteristik Komunikasi di Era Konvergensi Media, 2020. Diakses pada 22 Oktober 2025.
https://www.researchgate.net/publication/340379697_TRANSFORMASI_KARAKTERISTIK_KOMUNIKASI_DI_ERA_KONVERGENSI_MEDIA
- Hardjana, A. M. (2016). Komunikasi organisasi: Strategi dan kompetensi. Penerbit Buku Kompas.
- Hasan, Kamaruddin, dkk. Transformasi Komunikasi Massa Era Digital Antara Peluang Dan Tantangan, 2023. Diakses pada 1 November 2025.
<https://ojs.unimal.ac.id/jpp/article/view/12608>
- Indainanto, Yofiendi Indah. 2021. Masa Depan Media Massa di Era Digital. Diakses pada 22 Oktober 2025.
https://www.researchgate.net/publication/368055390_MASA_DEPAN_MEDIA_MASSA_DI_ERA_DIGITAL
- Irwanti, M. (2022). Buku ajar teori komunikasi organisasi dan manajemen. Damara Press.

- Juliana, A., Nurrisalia, M., Shomedran. (2023). Penerapan Komunikasi Interpersonal Orang Tua dalam membentuk Perilaku Sopan Santun Anak. *PANDU: Jurnal Pendidikan Anak dan Pendidikan Umum*, 1(3), 178-196. <https://doi.org/10.59966/pandu.v1i3.505>
- Kurniadini, S. Z., Putranto, T. D., & Surabaya, U. N. (2025). Pola Komunikasi Interpersonal Civitas akademik Indonesia (Review of Literature) keberhasilan akademik dan pengembangan. 15(2).
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Nurhayati. (2022). Komunikasi massa. Diakses pada 9 Oktober 2025. <https://pdfs.semanticscholar.org/03c0/9458bc9b8d9cdb1c8480e0cc13149bd4513c.pdf>
- Leasfita, A. (2024). Pola Komunikasi Kelompok dalam Membentuk Konsep Diri pada Komunitas Punk Taring Babi. *Jurnal Mahardika Adiwidia*, 3(2), 100-109.
- Lubis, M. Z. (2024). Komunikasi Interpersonal di Era Media Sosial: Pengaruh Interaksi Online Terhadap Hubungan Personal. *Circle Archive*, 1(6), 1–8. <http://circle-archive.com/index.php/carc/article/view/337%0Ahttps://circle-archive.coc>
- Mas, S. R., & Haris, I. (2020). Komunikasi dalam organisasi: Teori dan aplikasi. UNG Press.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. University of Chicago Press.
- Mulyana, D. (2023). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Edisi ke-3, revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mutmainnah, A. L. (2025). Interpersonal Challenges and Impacts of Digitalization on Interpersonal Communication. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 11497–11503. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Nata, B. A. (2023). *Komunikasi Interpersonal dalam Menanamkan Nilai Akhlak pada Anak*. [Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro]. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/9453/1/SKRIPSI%20BAYU%20ARDI%20NATA%20KPI%20-%20Bayu%20Ardi.pdf#page=23>
- Neisser, U. (2014). *Cognitive Psychology: Classic Edition*. Psychology Press.
- Novianti, E., & Sos, S. (2021). *Teori Komunikasi Umum dan Aplikasinya*. Penerbit Andi.

- Paynton, S. T., & Hahn, L. K. (2019). Chapter 1-4. Whatcom Community College. <https://textbooks.whatcom.edu/cmst245/chapter/1-4/>
- Pittman, M. (2012). Skilled Interpersonal Communication: Research, Theory and Practice – Fifth edition. In *Nursing Standard* (Vol. 26, Issue 31). <https://doi.org/10.7748/ns2012.04.26.31.30.b1340>
- Pontoh, W. P. (2013). Peranan Komunikasi Interpersonal Guru Dalam Meningkatkan Pengetahuan Anak. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1), <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/974>
- Rakhmat, J. (2018). Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rini, E. O. (2018). *Keterbukaan Diri Difabel Tuli dalam Dimensi Komunikasi Interpersonal*. [Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya]. https://www.academia.edu/download/67697012/SKRIPSI_FIX.pdf
- Roem, E. R., & Sarmiati, S. (2019). Komunikasi Interpersonal. *Malang: Cv Irdh*.
- Rogers, C. (1951). Client-Centered Therapy. Houghton Mifflin.
- Rosenberg, M. (1979). Conceiving the Self. Basic Books.
- Rumono, H. N., Naryoso, A. N., Setyabudi, D., & Pradekso, T. (2014). Hubungan Intensitas Komunikasi Orangtua-Anak dan Kelompok Referensi dengan Minat Memilih Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Siswa Kelas XII. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4.
- Santi, Melia, dkk. Pengaruh Komunikasi Massa dan Media Terhadap Civitas akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2023. Diakses pada 1 November 2025. <https://share.google/Bt54GwozP58Ud36ec>
- Sapari, Y. (2018). Komunikasi dalam Perspektif Teori Pertukaran. *Jurnal Signal*, 6(1), 98–115.
- Saputra, M. D., Putri, W. S., & Sitepu, I. L. (2023). Dinamika komunikasi kelompok dalam teori pertukaran sosial: Pengaruh interaksi interpersonal. *Al-Balagh: Jurnal Komunikasi Islam*, 7(2). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

- Suartama, I Kadek. 2016. Komunikasi massa. Diakses pada 9 Oktober 2025. https://www.researchgate.net/publication/337136945_Komunikasi_Massa
- Subaryana, S. (2015). Konsep diri dan prestasi belajar. *Dinamika Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 7(2), 21–30.
- Sumantri, L., Yuningsih, S., & Zebua, W. D. A. (2021). Komunikasi organisasi berbasis case method & project based [Modul pembelajaran]. Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Surya, E., Aulia, S. (2025). Interaksi Komponen Komunikasi Interpersonal oleh Pramusapa di Layanan Transjakarta. *Kiwari*, 4(2), 250-258. <https://doi.org/10.24912/ki.v4i2.34980>
- Swarna, M. F., Rumardani, A., Saputra, E. adi, Nuryadi, D. P., Al-mufid, M. D., & Amalia, N. (2024). Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal. *Karimah Tauhid*, 3(1), 1012–1019. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i1.11841>
- Syafrina, Annisa Eka. Komunikasi Massa, Diakses pada 9 Oktober 2025. <https://repository.ubharajaya.ac.id/19661/1/BUKU%20KOMUNIKASI%20MASA.pdf>
- Syahrani, A. (2019). Pembentukan konsep diri remaja. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 6(2), 67–80.
- Tambunan, Nurhalima. Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens, 2018. Diakses pada 1 November 2025. <https://ojs.uma.ac.id/index.php/symbolika/article/view/1475>
- Tkalac Verčič, A., & Verčič, D. (2025). The internal communication paradox: Balancing digital convenience with face-to-face satisfaction. *Public Relations Review*, 51(3). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2025.102587>
- Widiarti, P. W. (2017). Konsep diri (*self-concept*) dan komunikasi interpersonal dalam pendampingan pada siswa SMP se-Kota Yogyakarta. *Informasi*, 47(1), 135–148.
- Wisayari, Y. (2021). Komunikasi Interpersonal Yesus dan Penerapannya Bagi Pelayanan Gereja. *Danum Pambelum: Jurnal Teologi dan Musik Gereja*, 1(2), 167-174. <https://doi.org/10.54170/dp.v5i1>

Konteks-Konteks **KOMUNIKASI** **DASAR**

Buku ini menguraikan dasar-dasar komunikasi, unsur dan proses komunikasi, fungsi dan tujuan komunikasi, serta berbagai bentuk komunikasi seperti komunikasi intrapersonal, interpersonal, kelompok, organisasi, publik, dan massa. Pembahasan juga mencakup komunikasi verbal dan nonverbal, penggunaan bahasa dalam komunikasi, mendengarkan secara efektif, hambatan komunikasi, serta pentingnya konteks budaya dan sosial dalam membentuk makna sebuah pesan juga membahas konsep dan praktik komunikasi dalam berbagai situasi kehidupan, baik dalam lingkungan personal, sosial, pendidikan, maupun profesional. Komunikasi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga mencakup proses memahami makna, membangun hubungan, serta menciptakan kesamaan pemahaman antara komunikator dan komunikan.

 www.penerbitwidina.com
 @penerbitwidina
 penerbit widina
 penerbitwidina@gmail.com
 widina store
 widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
0815-7000-699



SCANME



QRCDN - 62-1256-8615-568