

# MEDIA KOMUNIKASI

- ✓ JENIS (3)
- ✓ BENTUK (4)
- ✓ JANGKAUAN (2)



Rabu, 28 Oktober 2015  
Class B  
-KOMUNIKASI –  
Pertemuan 7

# JENIS MEDIA KOMUNIKASI

- 1. Fungsi Penyampaian informasi** – media komunikasi yang berfungsi untuk komunikasi yang digunakan untuk menyebarluaskan serta menyampaikan pesan kepada komunikan yang menjadi sasarannya, Misalnya: Hand phone, Telephone, Faximile, dsb.
- 2. Fungsi produksi** – media komunikasi yang berguna untuk menghasilkan berbagai macam informasi, Misalnya: PC/Komputer pengolah kata (Word Processor).
- 3. Fungsi reproduksi** – media komunikasi yang berguna untuk memproduksi ulang dan menggandakan informasi, Misalnya: Audio tapes recorder serta Video tapes.

# BENTUK MEDIA KOMUNIKASI

1. **Media cetak** adalah berbagai macam barang yang di cetak, yang dimana dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan informasi, seperti contohnya: surat kabar/koran, brosur, bulletin dsb.
2. **Media Audio** adalah penerimaan informasi yang tersampaikan dengan menggunakan indra pendengaran, seperti contohnya: Radio dsb.
3. **Media visual** (media yang di pandang) adalah penerimaan pesan informasi yang tersampaikan menggunakan indra penglihatan, misalnya: TV, foto dsb.
4. **Media audio visual** adalah suatu media komunikasi yang dapat dilihat sekaligus didengar, jadi untuk mengakses pesan informasi yang disampaikan, digunakan indra penglihatan dan indra pendengaran, seperti contohnya : Televisi, video dsb

# JANGKAUAN MEDIA KOMUNIKASI

1. *Media komunikasi eksternal* adalah suatu media komunikasi yang digunakan untuk menjalin hubungan dan menyampaikan pesan informasi dengan pihak-pihak luar (Ponsel, TV, Radio, Internet, Surat)
2. *Media komunikasi internal* adalah semua sarana penyampaian dan juga penerimaan pesan informasi dikalangan publik internal, dan biasanya bersifat non-komersial. Penerima maupun pengirim informasi yaitu orang-orang publik internal. Media yang dapat digunakan secara internal antara lain, seperti: Surat, telephone, papan pengumuman, house jurnal (Majalah Bulanan), printed Material ( Media komunikasi cetakan), media Pertemuan dan pembicaraan, dll

# FUNGSI MEDIA KOMUNIKASI

1. **Efektifitas** – dengan adanya media komunikasi akan mempermudah kelancaran dalam penyampaian informasi.
2. **Efisiensi** – dengan menggunakan media komunikasi akan mempercepat penyampaian informasi.
3. **Konkrit** – dengan memakai media komunikasi akan membantu mempercepat isi pesan yang memiliki sifat abstrak.
4. **Motivatif** – dengan menggunakan media komunikasi akan lebih semangat melakukan komunikasi.

# GAMBAR 1

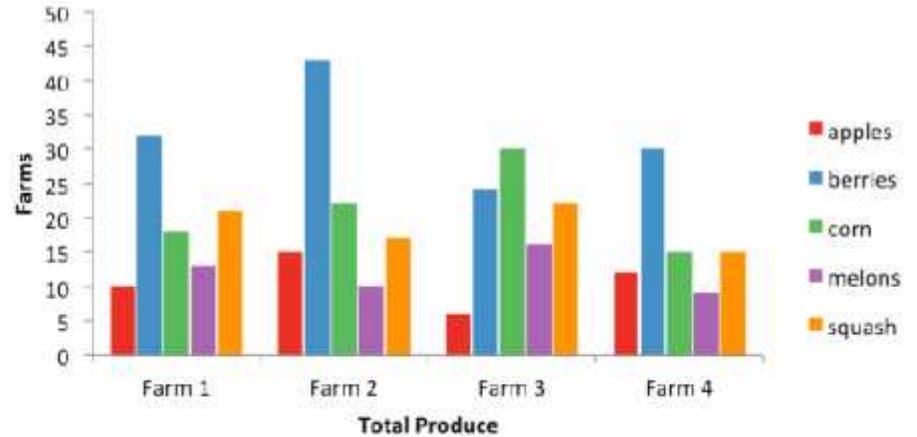
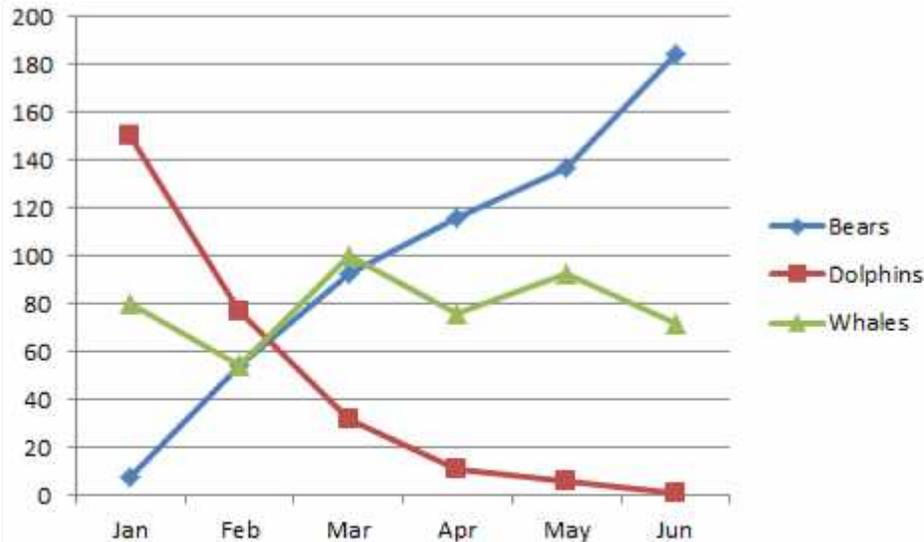
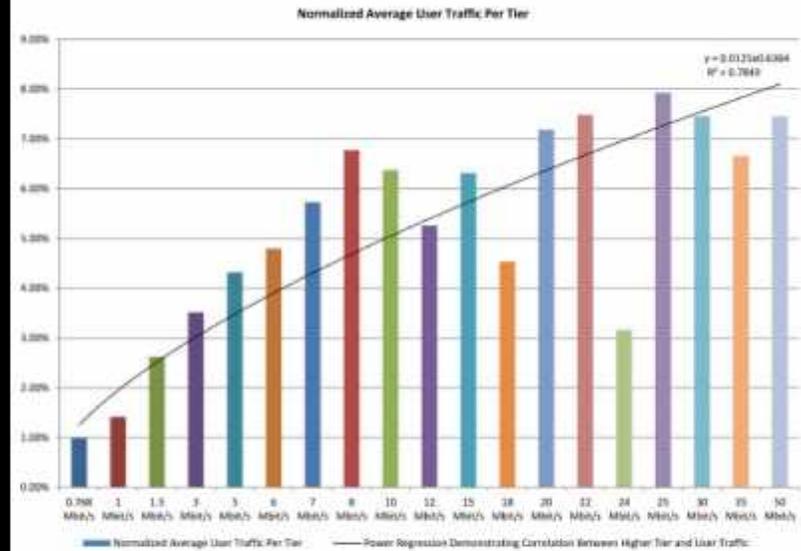
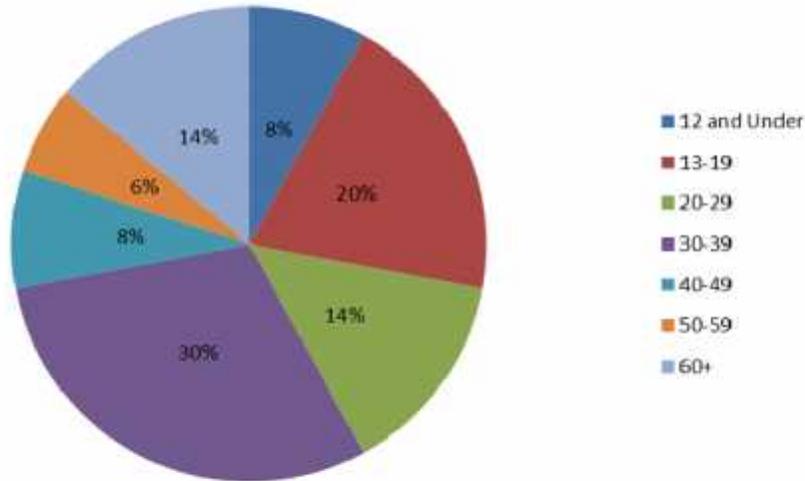


# GAMBAR 2



# GAMBAR 3

Percent of Cotton Candy Sales Based on Age



# STRATEGI KOMUNIKASI -1

Strategi komunikasi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2003:301).

Harold D. Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan "Who Says What Which Channel To Whom With What Effect?"

# RUMUS LASSWELL

## “Who Says What Which Channel To Whom With What Effect?”

*Who?* (Siapakah komunikatornya)

*Says what?* (pesan apa yang dinyatakannya)

*In which channel?* (media apa yang digunakannya)

*To whom?* (siapa komunikannya)

*With what effect?* (efek apa yang diharapkan)

# TUJUAN KOMUNIKASI

R Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Techniques for effective communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral dari kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

1.

*To secure understanding* (komunikasikan mengerti akan pesan yang diterimanya).

2.

*To establish acceptance* (penerimaan pesan oleh komunikasikan itu kemudian dibina).

3.

*To motivate action* (kegiatan dimotivasikan).

# STRATEGI KOMUNIKASI -2

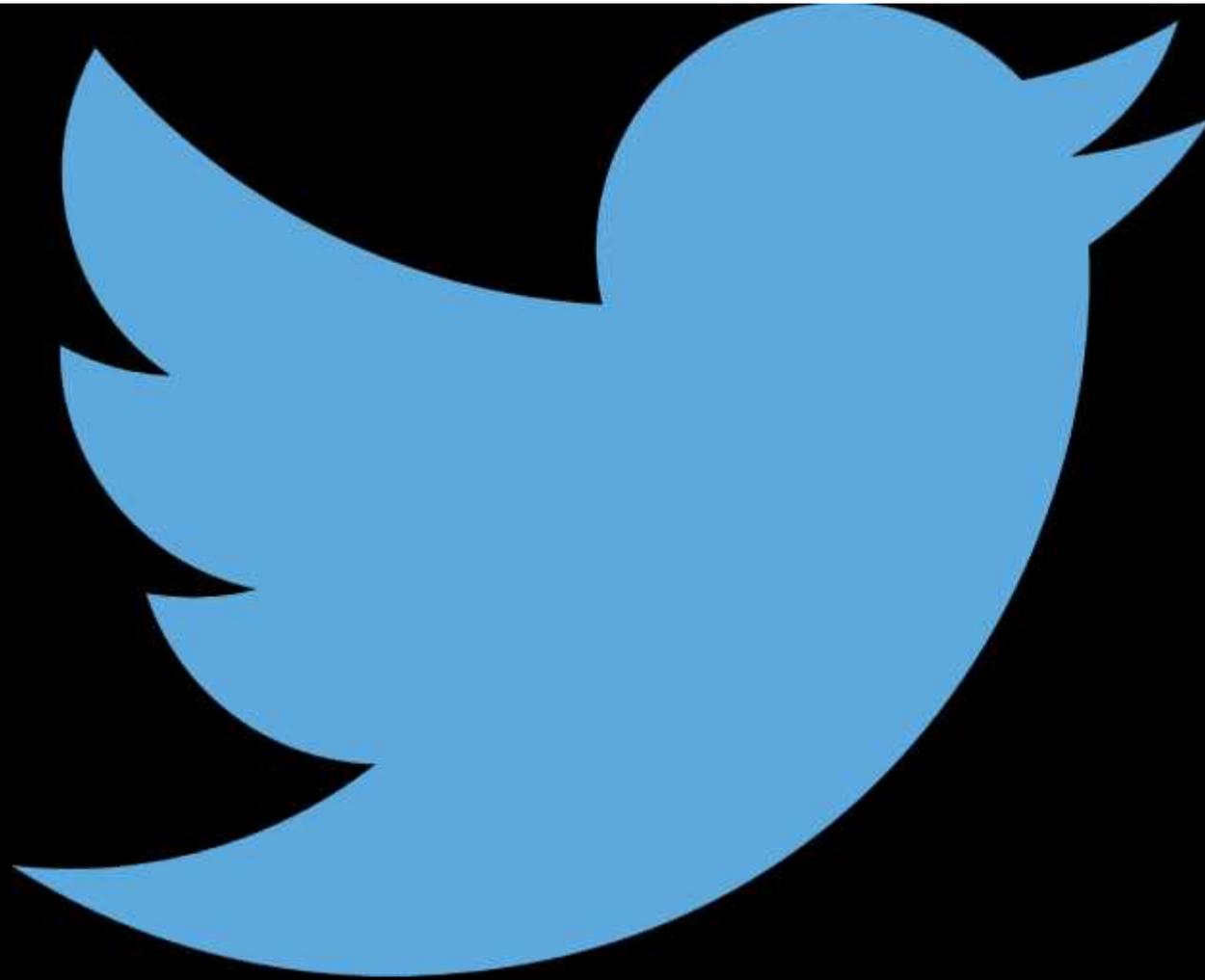
Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan factor pendukung/ penghambat pada setiap komponen tersebut (Effendy, 2003:35) :

1. Mengenali sasaran komunikasi
2. Kerangka referensi
3. Faktor situasi dan kondisi
4. Pemilihan media komunikasi
5. Pengkajian tujuan pesan komunikasi
6. Peranan komunikator dalam komunikasi
7. Daya tarik sumber
8. Kredibilitas sumber

# GUESSING TIME!

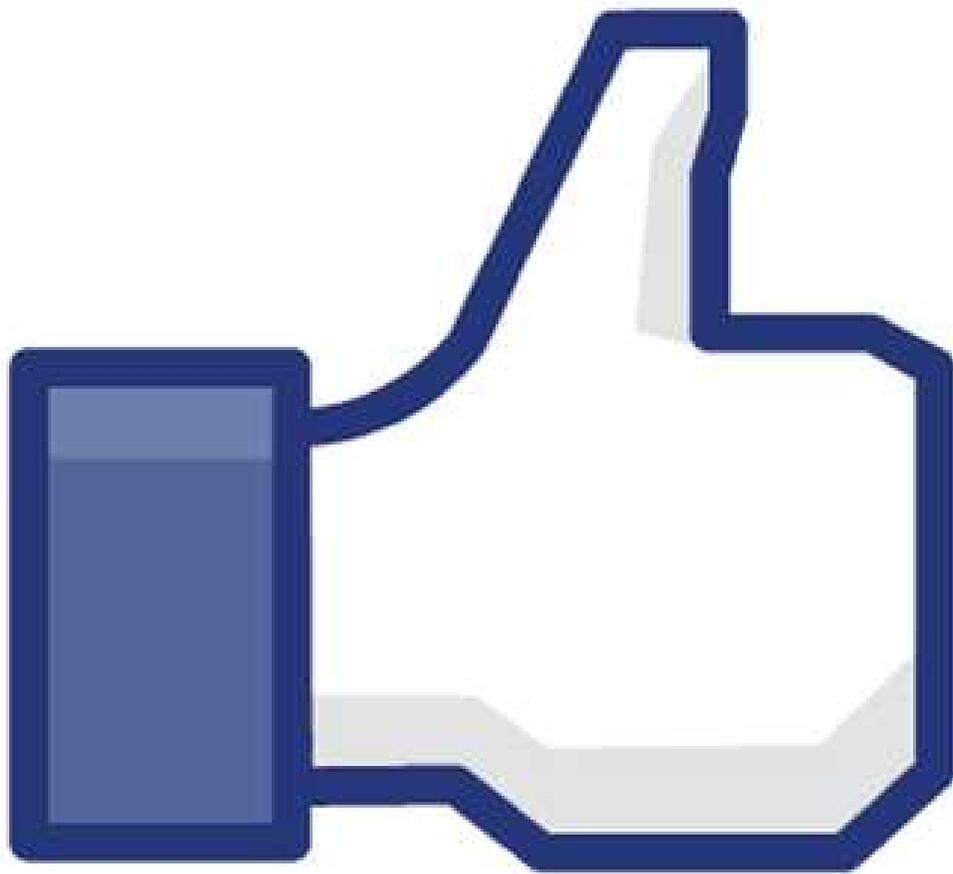
## ICONS of ...













# 36 SOCIAL MEDIA ICONS

## SYMPLE TYPE BLACK





World's Largest Collection

# 200 SOCIAL VECTOR ICONS



Available in 5 Sizes | 512, 256, 128, 64, 32 px

# Social Media Landscape





# SOCIAL MEowDIA EXPLAINED



I LIKE MY CAT



I'M PLAYING WITH MY CAT



WATCH THIS VIDEO OF MY CAT



I'M VERY SKILLED AT TRAINING CATS



HERE'S A HIPSTER PICTURE OF MY CAT



HERE IS HOW TO TRAIN YOUR CAT TO DANCE



I FREAKIN' HATE THIS CAT FOOD



I WORK FOR GOOGLE AND I HAVE A CAT



I AM LISTENING TO THE SONG "SOFT KITTY"



THIS IS WHERE I GOT MY CAT HOODIE





# DISCUSS TOPIC

1. USING SOCIAL MEDIA IN COMMUNICATION STRATEGY.
2. SOCIAL MEDIA COMMUNICATION IN EDUCATION FOR TEACHING, LEARNING & RESEARCHING.
3. SOCIAL MEDIA COMMUNICATION COMPANIES (POLITICAL USE)
4. SOCIAL MEDIA COMMUNICATION COMPANIES (MARKETING USE)
5. HOW SOCMED IS CHANGING THE WAY OF COMMUNICATION ?
6. DOES SOCMED HAS POWER TO CHANGE THE WORLD ?

## SWOT ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA COMMUNICATION

# SUBMIT ESSAY & DISCUSS TOPIC

STRENGTH (KEKUATAN)

WEAKNESS (KELEMAHAN)

OPPORTUNITY (PELUANG)

THREATNESS (TANTANGAN/HAMBATAN)

**SWOT** ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA  
COMMUNICATION