



STRATEGI KOMUNIKASI

VERBAL & VISUAL



STRATEGI KOMUNIKASI

Merupakan panduan langkah-langkah perancangan komunikasi dan manajemen, dilakukan untuk mencapai suatu tujuan komunikasi.

Strategi Komunikasi Verbal

Langkah-langkah pendekatan komunikasi secara verbal. Seperti jenis bahasa yang digunakan, dan gaya penyampaian komunikasi.

Contoh: Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia Non-Baku, atau bahasa menggunakan pencampuran bahasa Indonesia 70% dan bahasa Inggris 20% dan bahasa daerah (Sunda) 10%. hal ini dengan pertimbangan **penentuan target audience demografis, geografis dan psikografis.**

“Hello Guys, ayo kita buang sampah pada tempatnya yuk. Lingkungan bersih pasti nyaman pisan euy!

Gaya penyampaian informasi dengan menggunakan bahasa lugas atau **menggunakan peng gayaan hyperbola, personifikasi, metafora, dsb.**

Strategi Komunikasi Visual

Langkah-langkah pendekatan komunikasi secara visual. Hal tersebut sebagai upaya dalam menghasilkan keunikan atau kebaruan dalam penyampaian pesan secara visual.

- Penentuan gaya visual dalam pemilihan elemen visual harus sesuai **dengan target audience; geografis, demografis dan psikografis yang** dituju. Sehingga antara visual dengan target audience mempunyai frekuensi yang sama.
- Elemen yang harus ditentukan adalah tata letak, Jenis huruf, warna, Ilustrasi, foto, ikon, atau bisa juga audio dan visual untuk media digital.

Bentuk-Bentuk Komunikasi Media

PENDEKATAN STUDI KOMUNIKASI PERSUATIF



Rasional (High Involvement)

- Biasanya, isi pesan berupa **bukti-bukti logis/ rasional** yang memperkuat klaim/ argumen komunikator dapat meningkatkan efek persuasi, ketika khalayak memiliki pengetahuan atau keterlibatan lebih dalam terhadap isu/topik yang terkait dengan isi pesan



Emosional (Low Involvement)

- khalayak yang lebih mudah dipersuasi oleh **isi pesan yang konkret dan emosional**, karena ia memiliki pengetahuan atau keterlibatan yang rendah terhadap isu/topik yang terkait dengan isi pesannya



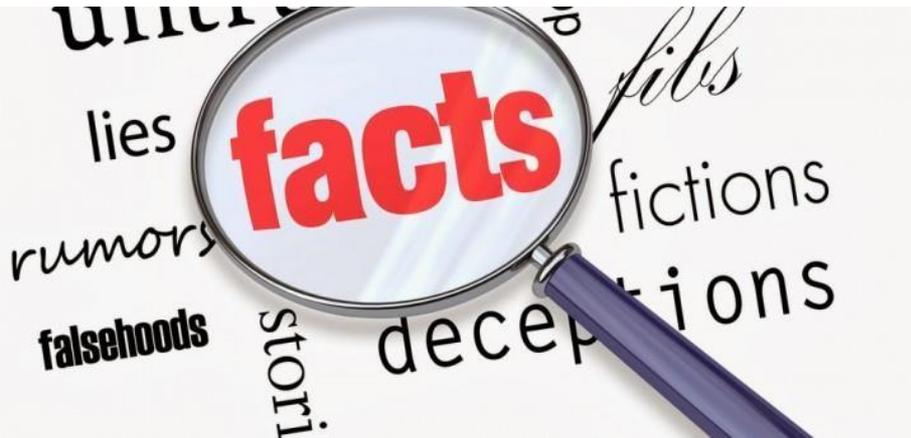
Kredibilitas

- Pendekatan berikutnya adalah ***argument based on credibility*** atau *ethos*. Pendekatan persuasif ini mengedepankan karakter atau kredibilitas dari seorang komunikator. Komunikasi yang berupa ajakan ini berupa arahan atau saran yang akan dituruti oleh komunikan karena seorang komunikator dianggap memiliki kredibilitas yang tinggi dalam bidangnya.



Bukti

- Pendekatan komunikasi persuasif ini menitikberatkan argumentasi melalui data-data yang valid dan sesuai dengan fakta yang terjadi, sehingga argumentasi seorang komunikator lebih kuat untuk mempengaruhi komunikan.



Diksi

- Diksi merupakan suatu pemilihan kata. Pendekatan persuasif berdasarkan diksi artinya suatu ajakan komunikator dengan menggunakan pemilihan kata yang sesuai dan menarik, sehingga mudah untuk diingat oleh seorang komunikan.



Humor

- Humor merupakan suatu tindakan yang dianggap lucu dan dapat membuat orang lain tertawa. Humor tidak hanya dilakukan melalui tindakan tetapi dapat diekspresikan melalui tulisan, gambar, atau ucapan.
- Humor merupakan salah satu pendekatan persuasif yang menghibur. Ajakan dengan menggunakan humor ini sering digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi.



Rasa Takut

- Pendekatan persuasif ini dilakukan oleh komunikator dengan menggunakan fenomena-fenomena yang sedang terjadi di masyarakat yang bersifat menakutkan.
- Fenomena tersebut dapat mempengaruhi seseorang untuk memahami makna yang disampaikan oleh komunikator.



Psikologis

- Seorang komunikator mampu melihat lingkungan sekitar termasuk psikologis seseorang ketika ingin melakukan komunikasi persuasif.
- Pendekatan persuasif kali ini berkaitan dengan psikologis seseorang. Apabila seorang komunikan sedang tidak memiliki keadaan psikologis yang baik maka seorang komunikator akan sulit mempengaruhinya.
- Psikologis yang sehat mampu merespon komunikator dengan baik. sebaliknya, seseorang yang psikologisnya kurang baik akan sulit memahami ajakan dari komunikator.



Naskah Pesan Pada Media

Tahap Penyuntingan Naskah

Ejaan

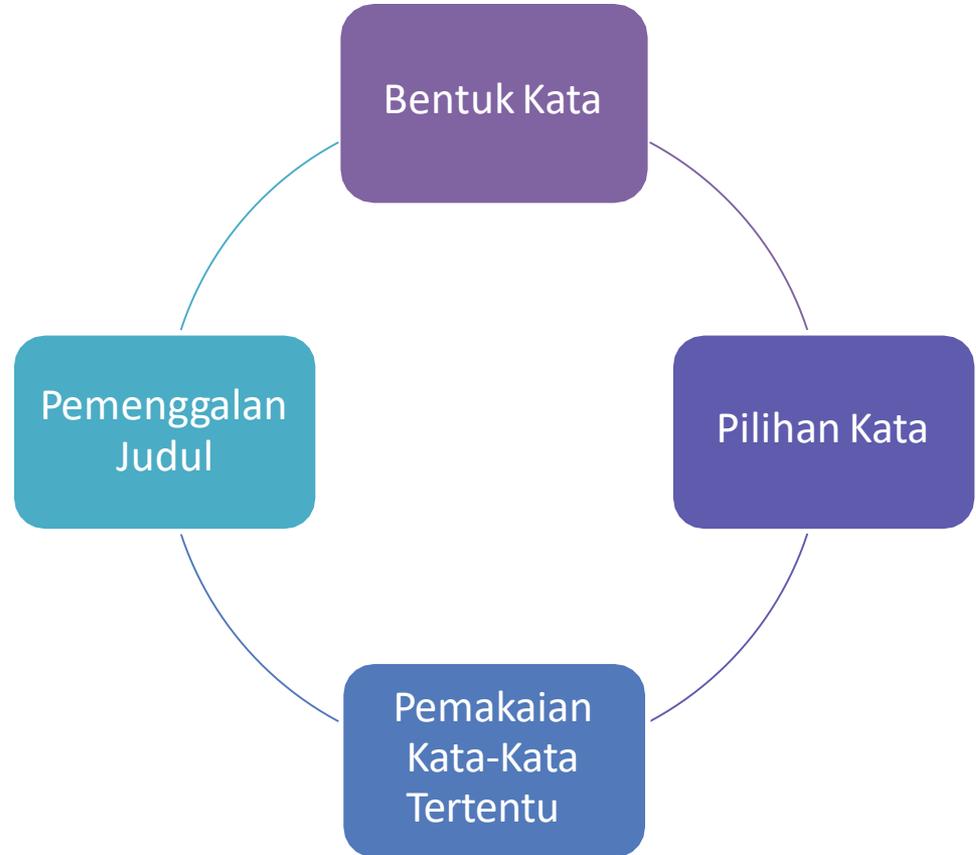
Memiliki ejaan atau **tatanan bahasa** yang berlaku.

Hal-hal yang perlu di perhatikan :

Pemakaian Huruf, Pemenggalan Kata, Pemakaian Huruf Kapital, Huruf Miring, Pemakaian Tanda Baca, Penulisan Kata, Singkatan, Angka serta Bilangan, Unsur Serapan.

Tata Bahasa

Tata bahasa berkaitan dengan hal-hal yang lebih kompleks, yang berkaitan dengan kata dan kalimat.



Bentuk kata berkaitan dengan seluk beluk kata dalam bahasa. Misalnya pengolahan kata

Bentuk sama, makna berbeda atau **bentuk mirip, makna berbeda** atau **bentuk yang benar dan bentuk salah kaprah**.

Bentuk sama, makna berbeda

Contoh :

- Menguap (air) dan Menguap (tanda ngantuk)
- Mengukur (tanah/jalan) dan Mengukur (kelapa)

bentuk mirip, makna berbeda

Contoh :

- Sah (resmi) dan Syah (raja)
- Sarat (Penumpang) dan Syarat (ketentuan)

bentuk yang benar dan bentuk salah kaprah.

Contoh :

- Dimungkiri (bentuk benar) dan dipungkiri (bentuk salah)
- Anutan (bentuk benar) dan panutan (bentuk salah)

Tata Bahasa

Kata yang memiliki makna hampir sama (bersinonim), tetapi bentuk berbeda.

Note : Ketika masuk dalam kalimat, kata-kata ini tidak dapat diperuntukan secara mutlak.

Contoh :

- Segala dan Segenap
- Seluruh dan Semua

Contoh :

- Adalah (penjelas) dan ialah (definisi)
- Antar (sebagai kata dasar) seperti pengantar, mengantar, dll
- Antar (sebagai awalan terikat) seperti antardaerah, antarmahasiswa, dll

Tata Bahasa

Berkaitan dengan pemenggalan judul harus di perhatikan pada penempatan konjungsi atau kata penghubung.

Be creative 