



KOMUNIKASI

PUBLIK

01

DEFINISI

Komunikasi Publik didefinisikan sebagai bagian dari komunikasi tatap muka yang memiliki pembicara serta beberapa orang pendengar seperti berpidato, lebih jelasnya merupakan kegiatan pemberian informasi kepada khalayak yang lebih besar dan dilakukan secara tatap muka.



02

ASPEK BERLANGSUNGNYA KOMUNIKASI PUBLIK

- 1. Cenderung terjadi di tempat-tempat publik*
- 2. Tidak terjadi secara spontan*
- 3. Bersifat formal*





03

PEMBICARA

McCroskey (1966) memberikan hasil penelitiannya mengenai kredibilitas menjadi 2 dimensi utama etos yaitu keotoritatifan yang merupakan kemampuan pembicara dalam menampilkan keunggulannya, kewibawaannya, serta kompetensinya sehingga dapat dipersepsikan oleh pendengar. Dan yang kedua adalah karakter atau watak, yaitu asumsi pendengar mengenai pembicara tentang keobjektifan pesan yang disampaikan.

04

CARA BERPIDATO

ISYARAT VISUAL

ISYARAT VOKAL

CARA PENYAMPAIAN

PENYAMPAIAN MENDADAK

MEMBACA MANUSKRIP

PIDATO HAFALAN(MEMORIZED SPEECH)

PIDATO YANG DIUCAPKAN TANPA PERSIAPAN



ILMU KOMUNIKASI 2021



KELOMPOK 4

06

EFEK PENIDUR

THE SLEEPER EFFECT

Merupakan hasil kecendrungan pendengar Ketika memisahkan antara sumber dengan pesan dalam hal ini adanya kemungkinan pendengar tersebut lupa atas siapa sumber pesan tersebut.

07

PENDENGAR PUBLIK

Kata audiens berasal dari bahasa Yunani yaitu audier yang berarti “mendengar”. Audiens dapat diartikan sebagai pendengar, pembaca, atau penerima. Dalam kajian retorika atau public speaking kata audiens lebih dikenal dengan khalayak



**PROBLEM
SOLVER**



**PENGGARAP
INFORMASI**



**MEDIATOR DAN
KELOMPOK**

08

PESAN

Pesan adalah gagasan, perasaan, atau pemikiran yang akan di encode oleh pengirim atau di-decode oleh penerima (Liliweri,2011).

Karakteristik Pesan

- A. Origin*
- B. Mode*
- C. Physical character*
- D. Organization*



SYARAT YANG HARUS DIPENUHI AGAR PESAN TERSAMPAIKAN

UMUM

JELAS

BAHASA YANG JELAS

POSITIF

SEIMBANG

KONDISI



KOMUNIKASI PUBLIK

- *Komunikasi antara pembicara dan sejumlah besar orang (audiens) yang tidak bisa dikenali satu persatu secara tatap muka.*
- *Dilakukan di tempat umum, seperti auditorium, kelas dan tempat ibadah*
- *Pesan ditujukan kepada sejumlah besar orang, seperti menonton presentasi di kelas tetapi orang diluar kelas tidak bisa menonton nya.*
- *Sifat audiens cenderung lebih pasif, sehingga umpan balik yang diberikan terbatas.*
- *Komunikasi yang bersifat satu arah*
- *Penerima pesan bersifat heterogen*
- *Dibutuhkannya persiapan pesan yang cermat dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang.*

KOMUNIKASI MASSA

- *Bentuk komunikasi yang menggunakan media untuk menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, banyak, terpencar, dan menimbulkan efek tertentu.*
- *Dilakukan melalui media masa cetak maupun elektronik, seperti koran, radio, dan televisi*
- *Pesan ditujukan kepada khalayak luas, seperti menonton acara sinetron di televesi yang bisa ditonton pula oleh orang lain.*
- *Sifat pesan terbuka dan umum, tetapi umpan balik lambat (tertunda) dan sangat terbatas, namun dengan kamajuan teknologi hal ini dapat teratasi.*
- *Komunikasi yang bersifat satu arah*
- *Penerima pesan bersifat heterogen*
- *Dibutuhkannya biaya yang cukup mahal karena dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan*

CREATED
WITH LOVE

