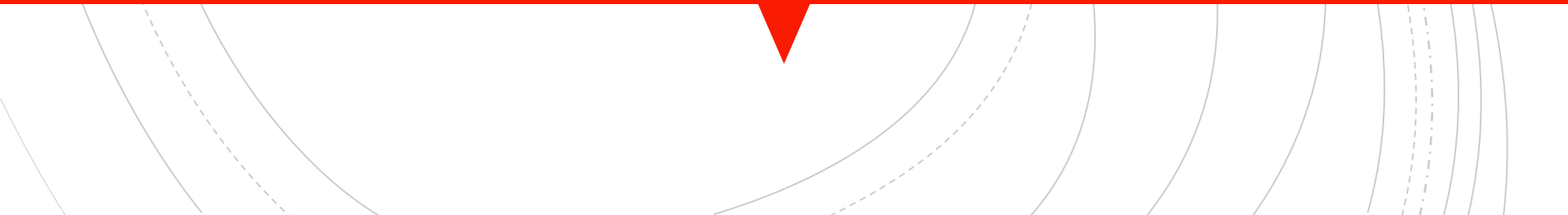




Selecting Communication Tactics





A. Interpersonal Communication

Melalui media-media terkait hubungan interpersonal



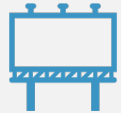
B. Organizational Media

Menggunakan media sendiri milik organisasi



C. News Media

Menggunakan media massa



D. Advertising & Promotional Media

Menggunakan media iklan berbayar dan promosi media

STRATEGIC COMMUNICATION CATEGORIES



A. INTERPERSONAL COMMUNICATIONS

- Komunikasi interpersonal menawarkan peluang tatap muka dengan individu untuk meningkatkan keterlibatan dan interaksi dengan organisasi
- Meskipun hanya menjangkau beberapa orang, taktik ini lebih berpengaruh pada audiens



- Ditujukan untuk publik internal / external organisasi

- Berpotensi berdampak besar

- Dapat membantu tercapainya objective (tujuan program organisasi)

- Dapat memberikan kesempatan bagi organisasi untuk berkomunikasi langsung dengan publik.

- Dapat menggunakan model komunikasi persuasi dan dialog

The Strategy of Interpersonal Communication Tactics

A. INTERPERSONAL COMMUNICATION



Personal Involvement

**Organizational-Site
Involvement**

Audience-Site Involvement



Information Exchange

Educational Gathering

Product Exhibition

Meeting

Public Demonstration

Speech



Special Events

Civic Events

Sporting Events

Contest

Holiday Events

Progress-Oriented Event

Historic Commemoration

Social Event

Artistic Event

Fundraising Event

Publicity Event

PERSONAL INVOLVEMENT

Organizational-Site Involvement

- Pentingnya organisasi memahami urgensi interaksi dengan publik
- Melibatkan berbagai organisasi lain dalam pelaksanaan strategi komunikasi, misalnya NGO dimana terdapat relawan / bahkan karyawan yang dapat saling berinteraksi

Audience-Site Involvement

- Organisasi berhubungan langsung dengan publik melalui berbagai isu baik sosial atau bahkan politik
- Contohnya: Membuat sebuah petisi yang mungkin diminati oleh target audiens. Atau memberikan kesempatan publik untuk menilai kualitas produk secara langsung

INFORMATION EXCHANGE

Educational Gathering

- Seminar, konferensi

Product Exhibition

- Memberikan kesempatan untuk perusahaan menampilkan produknya
- Harus menampilkan suatu yang berbeda untuk menarik perhatian publik, karena dalam satu pameran (exhibitions) terdapat kompetitor dengan produk serupa

Meeting

- Bertujuan untuk membangun nilai positif dengan publik organisasi
- Contoh pertemuan khusus: annual stockholder meetings, Lobbying exchanges dan public affairs meetings.

Public Demonstration

- Berdasar pada kegiatan advokasi. Melibatkan banyak publik dan memiliki nilai sorot media yang tinggi
- Adanya speaker dalam demonstrasi memungkinkan adanya pertukaran informasi dalam kegiatan tersebut.

Speech

- Terlibat dalam berbagai kegiatan seperti orasi ilmiah, menjadi dosen tamu, keynote speaker dalam sebuah acara / seminar
- Organisasi juga dapat menyelenggarakan kegiatan yang memungkinkan untuk melibatkan publik berdiskusi seperti public debate, forum ilmiah dan town meeting yang mengundang pakar/ ahli di suatu wilayah untuk membahas topic tertentu

B. ORGANIZATIONAL MEDIA TACTICS

(OWNED MEDIA :
ORGANIZATIONAL
AND SOCIAL MEDIA
TACTICS)

- Taktik ini digunakan ketika publik yang dituju memiliki cakupan yang sangat luas
- Dapat menjangkau publik internal dan eksternal sekaligus
- Dapat menjangkau publik yang sedang mencari informasi mengenai isu yang berkaitan dengan organisasi sehingga terdapat kemungkinan membuat kelompok publik baru

B. ORGANIZATIONAL MEDIA TACTICS (OWNED MEDIA)



GENERAL
PUBLICATIONS



DIRECT MAIL



ELECTRONIC
MEDIA



SOCIAL MEDIA

GENERAL PUBLICATION

- Serial Publications (newsletter, bulletins, etc.)

- Stand Alone Publications (brochures, flyer, fact sheet)

- Reprints (Pencetakan ulang artikel mengenai organisasi seperti news release)

- Progress report (annual report)

- User kits (modul pembelajaran, didalamnya dapat terlampir contoh produk organisasi)

- Research report

DIRECT MAIL



MEMO



LETTER



POSTER



POSTCARD



INVITATION



CATALOG

ELECTRONIC MEDIA



Audio Media

Telefon, dial-a-message, recorded information, voicemail, demo tape, demo CD, podcast, voicenotes



Video Media

Nonbroadcast video, videoconference, teleconference, video tape, slide show



Digital Media

Presentation software, email, internet, newsgroup, website, web home page, web-based television, web-based radio, cell phone



Electronic Publishing

Mempublikasikan sesuatu melalui elektronik media yang dimiliki organisasi

SOCIAL MEDIA

- Blog, Microblog (Twitter)

- Collaboration (Wiki)

- Social Network (Facebook, LinkedIn, Google+, Instagram)

- News Aggregate (Line Today)

- Media Sharing (YouTube, Flickr)

- Customer Review (TripAdvisor)

C. NEWS MEDIA TACTICS (EARNED MEDIA)

- Mencakup publik yang luas
- Bertujuan untuk meningkatkan awareness publik
- Memiliki nilai kredibilitas yang tinggi dalam memberitakan organisasi

C. NEWS MEDIA TACTICS

News Media

- Newspaper
- Magazine
- News Blog
- Radio
- Television
- Direct News Material
- Indirect News Material
- Opinion Material
- Interactive News Opportunity

1. NEWSPAPER

General-Interest Newspapers

- Seperti koran lokal pada umumnya, memuat informasi general dan variatif

Trade Newspapers

- Fokus pada industri / profesi tertentu

Special-Interest Newspapers

- Seperti koran olahraga atau hiburan

Special-Audience Newspapers

- Sejenis special interest newspaper, namun ditulis untuk audiens khusus, misal untuk pembaca wanita, pria, gay, lesbian, militer, orang Amerika, dll

Organizational Newspapers

- Koran yang dikeluarkan oleh organisasi tertentu

NEWS MEDIA TACTICS



2. MAGAZINE

Majalah, majalah elektronik



3. NEWS BLOG

Blogger



4. RADIO

Terrestrial, Online, Satelit



5. TELEVISION

Terrestrial, Online, Satelit

NEWS MEDIA TACTICS



6. DIRECT NEWS MATERIAL

- News Fact Sheets
- Event Listings
- Interview Notes
- News Releases
- Video News Release
- Social Media Release
- Feature Releases
- Media Kits



7. INDIRECT NEWS MATERIAL

- Media Advisories
- Story Idea Memos
- Query Letters

NEWS MEDIA TACTICS



8. OPINION MATERIAL

Position Statements
Letters to the Editor
Guest Editorials



9. INTERACTIVE NEWS OPPORTUNITY

News Interviews
News Conferences
Studio Interviews
Satellite Media Tour
Editorial Conferences

D. ADVERTISING AND PROMOTIONAL MEDIA TACTICS (PAID MEDIA)

Periklanan dapat menggabungkan kekuatan dari kategori media organisasi dan media berita

Periklanan dapat dikontrol oleh organisasi juga dapat menjangkau khalayak luas

Iklan tidak memiliki kredibilitas yang cukup tinggi

Periklanan tidak dapat menciptakan publik baru, tapi menjangkau publik yang tertarik dengan isu tertentu

Tepat digunakan untuk publik eksternal

ADVERTISING AND PROMOTIONAL MEDIA TACTICS (PAID MEDIA)



1. PRINT ADVERTISING MEDIA

Magazine Advertising
Newspaper Advertising
Directory Advertising
House Ads



2. ELECTRONIC MEDIA ADVERTISING

Television Commercials
Cable Television Advertising
Radio Commercials
Computer Media
Social Media

ADVERTISING AND PROMOTIONAL MEDIA TACTICS (PAID MEDIA)



3. OUT-OF HOME ADVERTISING

- Outdoor Posters
- Arena Posters
- Signage
- Out-of-Home Video
- Transit Advertising
- Aerial Advertising
- Inflatable



4. PROMOTIONAL ITEMS

- Promotional Clothing
- Costumes
- Office Accessories
- Uniforms

Outdoor Poster



Aerial Ads



Transit Ads



Inflatable



Signage



Out-of-Home Video



THANK YOU



REFERENCES



Smith, R. D. (2017). Strategic Planning for Public Relations (5th edition). New York: Routledge.