

Pentingnya Public Relations di Tengah Wabah COVID-19

Saat ini, hampir semua industri terkena dampak dari wabah COVID-19 atau virus corona. Mulai dari industri pariwisata, perhotelan, restoran, retail, transportasi, hingga industri-industri kecil seperti warteg atau warung kelontong. Maka sudah menjadi kewajiban kita sebagai praktisi PR untuk memanfaatkan pengetahuan kita guna membantu menyebarkan informasi yang relevan kepadamasyarakat.

Coba kita perhatikan, di tengah wabah virus corona (COVID-19) ini, sebagian besar media akan fokus mengangkat isu seputar perkembangan kasus virus corona beserta dampaknya – bahkan jurnalis yang biasanya meliput isu-isu ringan pun juga harus menyesuaikan isi atau agenda liputan mereka. Hampir setiap hari kita disuguhi berita mengenai virus corona, baik angka korban, kebijakan-kebijakan pemerintah dalam menangani kasus ini, hingga selebriti yang beramai-ramai berdonasi untuk penanganan virus ini. Bahkan mungkin ada sebagian media yang tidak mau meliput isu-isu yang tidak ada hubungannya dengan virus corona.

Lalu, informasi apa yang dapat Anda berikan kepada media tentang industri yang Anda geluti, dan tentunya bermanfaat bagi audiens saat ini?

Berikut adalah beberapa ide untuk *pitching* dari beberapa industri, misalnya:

1. Properti – memberikan tips bagaimana agar tetap dapat membeli rumah di tengah wabah corona.
2. Keuangan – berbagi cara untuk mendapatkan cicilan untuk membeli rumah di tengah wabah corona; atau berbagi tips agar keuangan tetap aman di masa-masa sulit seperti ini.
3. Sumber Daya Manusia – kiat-kiat untuk perusahaan yang menerapkan kebijakan work-from-home, atau kiat-kiat untuk karyawan agar tetap fokus dan produktif selama bekerja di rumah.
4. Kesehatan – bagaimana cara efektif untuk menjaga daya tahan tubuh agar tidak mudah terjangkit virus; atau cara membuat *hand-sanitizer* dari bahan-bahan alami yang mudah didapat di rumah.
5. Gaya hidup – hal-hal yang perlu dilakukan di rumah agar terhindar dari stress selama masa karantina.
6. F&B (makanan&minuman) – berbagi resep makanan sehat serta kandungan-kandungan dalam makanan tersebut yang berguna untuk meningkatkan daya tahan tubuh.
7. Pariwisata – memberikan update apa yang dilakukan oleh perusahaan Anda di tengah wabah ini dan rencana ke depannya ketika wabah telah berakhir.

Sebelum Anda melakukan *pitching*, sebaiknya Anda harus tahu siapa orang yang Anda ajak bicara, dalam hal ini adalah audiens dari media-media yang Anda targetkan. Beberapa media di Indonesia masih membutuhkan konten-konten yang reguler karena media-media tersebut memiliki kolom-kolom tertentu misalnya kolom gaya hidup, kesehatan, F&B, pariwisata, otomotif, dan lain sebagainya. Namun di tengah wabah ini, kolom-kolom tersebut biasanya akan sedikit dimodifikasi atau disesuaikan agar relevan dengan situasi saat ini. Oleh karena itu, melakukan *pitching* ke media yang tepat serta jurnalis yang tepat akan memperbesar kemungkinan bahwa artikel atau siaran pers Anda akan dipublikasikan sehingga pesan-pesan Anda akan tersampaikan dengan baik kepada masyarakat luas.

(oleh Siti Aisyah, praktisi Public Relations; referensi dari berbagai sumber)