

Tips membuat Storytelling untuk praktisi PR

Praktisi PR dituntut untuk memiliki keahlian dalam menulis yang baik. Salah satu keahlian menulis yang harus dimiliki seorang praktisi PR adalah membuat story telling yang baik. Tapi apa sebenarnya peran penting storytelling dalam PR itu sendiri?

Menurut Prita Kemal Gani, pakar hubungan masyarakat, Story Telling dalam dunia Public Relations memberi manfaat yang begitu besar karena sangat powerful dalam menyebarkan informasi dan membangun reputasi. Storytelling biasanya melibatkan para user dan dikemas dalam tulisan yang halus, sehingga pembaca / pendengar / pemirsa merasa dekat. Storytelling digunakan oleh para praktisi PR untuk menjangkau targetnya.

Melihat pentingnya peran storytelling dalam PR, berikut merupakan beberapa tips untuk membuat storytelling yang baik untuk para praktisi PR.

1. Mencaritahu audience Anda

Bukan hanya mengetahui siapa target audiens perusahaan secara demografis; Anda perlu mengetahui apa yang mereka gemari dan apa saja yang membuat mereka tertarik. Memahami sifat dari audience dapat membantu tim PR memetakan strategi komunikasi untuk memastikan pesan yang paling relevan. Temukan landasan bersama di mana cerita Anda dapat *connect the dots*.

2. Distribusikan poin penting cerita secara merata

Jangan menuliskan semua inti atau poin penting dari cerita pada kata-kata pertama dalam cerita Anda. Biarkan pembaca atau audiens menikmati membaca / mendengar cerita Anda secara keseluruhan. Maka distribusikan poin penting secara rata. Jangan melewatkan esensi dari bercerita di sepanjang jalan.

3. Tetap terhubung

Pastikan untuk tetap mengingat dimana titik cerita anda bisa terhubung dengan pembaca / pendengar Anda sehingga pembaca bisa merasa 'dekat' dengan cerita tersebut. Ini bisa lebih membekas di pikiran audience.

4. Cerita Anda penting

Sampaikan pentingnya cerita Anda untuk audiens dalam cerita yang Anda buat. Sehingga audiens Anda mendapat kesan bahwa cerita Anda bermanfaat bagi mereka.

5. Buat cerita Anda tetap simpel dan jelas

Meskipun Anda mungkin mencoba untuk memberikan kesan, pada akhirnya Anda mencoba untuk berbagi pengalaman yang relatable. Anda tidak perlu menggunakan bahasa yang rumit. Berikan juga detail yang lengkap sehingga semua pembaca akan mengerti tetapi itu juga akan mengundang mereka untuk ingin tahu lebih banyak. Ini adalah kesempatan Anda untuk membuat pesan terkontrol yang dapat disampaikan kepada orang lain.

6. Visual

Tambahkan juga visual yang cocok dengan konten cerita Anda dan membantu audiens Anda untuk mengerti cerita tersebut. Mengintegrasikan alat visual dapat memaksimalkan cerita Anda. Video,

gambar, dan animasi adalah semua alat visual yang dapat memberi Anda keunggulan saat menyampaikan pesan Anda dalam cerita.

7. Buat cerita yang 'menyentuh' emosi

Kisah-kisah yang menyentuh emosi kita adalah yang kita senang dengar (dan baca) dan yang kita ingat. Berusahalah untuk terhubung dengan audiens Anda pada level emosional, baik itu melalui hiburan, pencapaian, nostalgia atau sesuatu yang lain dan mereka akan mengingat cerita Anda dan merek Anda.

8. Memanfaatkan berbagai platform

Gunakan platform yang memungkinkan untuk membagikan cerita Anda. Di era digital kami menggunakan media sosial memungkinkan untuk berbagi lebih mudah daripada menempatkan cerita Anda di papan iklan. Jika Anda memang memilih bentuk periklanan yang lebih tradisional, buat ajakan untuk bertindak untuk menginspirasi orang untuk membagikan pesan. Misalnya menempatkan tagar di papan reklame adalah cara halus meminta audiens Anda untuk berbagi di Twitter atau media sosial lainnya.

Dari beberapa poin di atas semoga bisa membantu Anda sebagai PR praktisi untuk membuat storytelling yang bisa sesuai dan baik dengan audience.

(oleh Fitri Frisdianti, praktisi Public Relations; referensi dari berbagai sumber)