

10 Mitos Paling Umum Seputar Public Relations

Setiap hari Anda pasti melihat hasil dari pekerjaan Public Relations (PR) di berbagai media seperti TV, surat kabar, majalah, radio, hingga media sosial seperti Instagram, Facebook dan Twitter.

Public Relations adalah profesi yang terus berkembang dan lebih merupakan seni daripada sains. Ada banyak mitos, asumsi atau kesalahpahaman tentang bidang pekerjaan ini.

Berikut beberapa mitos paling umum seputar PR untuk memberi Anda pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana PR dapat membantu Anda dan bisnis Anda:

1. PR Sama Seperti Iklan

Baik iklan maupun PR membantu membangun *brand*, tetapi iklan adalah visibilitas 'berbayar (paid)', sedangkan PR adalah 'visibilitas yang diperoleh (earned)'. Konsumen menganggap liputan PR jauh lebih kredibel daripada iklan, sehingga membangun citra perusahaan yang bersangkutan. Meskipun strategi PR yang berhasil dapat meningkatkan penjualan, ini bukanlah tujuan yang utama, PR adalah tentang membangun *brand awareness* dan manajemen reputasi.

2. PR adalah Siaran Pers dan Konferensi Pers

Meskipun siaran pers dan konferensi pers merupakan bagian penting dari pekerjaan PR, keduanya jelas bukan segalanya. Konferensi pers harus diselenggarakan hanya untuk acara-acara besar. Jika Anda mengadakan konferensi pers sepanjang waktu, wartawan tidak akan hadir. Saat ini, semakin banyak komunikasi terjadi melalui video YouTube, Tweet, Instagram, dan sebagainya.

Begitu juga dengan siaran pers. Jika Anda terlalu sering mengirim siaran pers maka media tidak akan lagi menulis cerita Anda.

3. PR Tidak Lagi Relevan karena Media Tradisional Sudah Mati

Kenyataannya media tradisional masih hidup, selain itu semakin banyak perusahaan beralih ke PR digital untuk bisnis dan kredibilitas mereka.

4. Satu Terobosan Besar Sudah Cukup

Misalnya Anda berhasil membuat video viral dan mendapatkan jutaan tayangan, atau menulis siaran pers paling fenomenal dan surat kabar di seluruh dunia menulisnya – itu saja tidak cukup.

Dampak dari video atau siaran pers yang viral hanya sekilas. Publik akan melupakan konten Anda dan beralih ke konten viral lainnya. Kuncinya adalah tetap relevan dan menarik sepanjang waktu.

5. Publisitas itu Gratis dan Mudah

PR adalah pekerjaan penuh waktu. Mereka yang baru memulai mungkin ingin melakukannya sendiri karena kurangnya anggaran atau karena kurangnya pemahaman tentang apa yang diperlukan untuk pekerjaan ini. PR bukan hanya tentang mengadakan pesta atau menghadiri pesta. Pekerjaan PR termasuk mengembangkan strategi dan pesan utama untuk perusahaan,

memanfaatkan komunikasi, menghasilkan ide, identifikasi audiens, dan sebagainya. Anda harus membayar jika ingin seorang profesional PR yang berpengalaman bekerja untuk Anda.

6. PR Hanya Dibutuhkan Saat Krisis

Membangun reputasi, yang pada akhirnya dapat berubah menjadi penjualan, membutuhkan waktu dan proses yang berkelanjutan. Penelitian telah menunjukkan bahwa konsumen perlu mengetahui dan percaya pada produk atau layanan Anda sebelum membeli. Jadi, jika Anda hanya menggunakan PR saat dalam krisis, kemungkinan tidak akan efektif.

7. Produk Bagus Tidak Perlu Publisitas

PR yang efektif dapat meningkatkan citra produk yang buruk jadi lebih baik, namun menggunakan PR hanya untuk produk yang buruk bukanlah ide yang baik. Strategi PR yang baik akan membantu menonjolkan produk terbaik Anda – produk yang Anda ingin orang ketahui. Karena biasanya konsumen sudah memiliki gambaran tentang produk Anda di benak mereka, yang mungkin positif atau negatif, dan ketika Anda akhirnya memutuskan untuk mempublikasikan produk bagus Anda, bisa saja mereka akan tetap menganggap produk itu tidak bagus, itu lah sebabnya produk bagus pun tetap membutuhkan sentuhan PR.

8. PR Tidak Dapat Diukur Sehingga Tidak Memiliki Nilai Bisnis

Tidak ada statistik yang menunjukkan keberhasilan atau kegagalan strategi PR. Beberapa orang dan organisasi memang mencoba mengukur PR dengan jumlah klik atau hit, eksposur pameran dagang, jumlah liputan media yang diperoleh, dll. Bagi kebanyakan perusahaan, seringkali jumlah liputan pers yang diterima, yang biasanya diukur dengan tarif iklan, dengan visibilitas yang diperoleh diyakini tiga kali lebih berharga daripada visibilitas berbayar.

9. PR Dapat Mengontrol Pers

Beberapa PR membuat klaim tinggi atas jangkauan dan pengaruh mereka. Pendekatan seperti itu tidak akan berhasil karena cerita yang mereka promosikan berada di tangan editor/ produser, yang merupakan pengendali sebenarnya dari hasil PR. Profesional PR tidak mengontrol pers. PR adalah tentang berkomunikasi dengan pers dan publik dengan cara yang cerdas dan efektif.

10. Hanya Mantan Reporter Yang Dapat Melakukan Pekerjaan PR

Dalam dunia PR, tidak ada lisensi profesional atau tes khusus untuk lulus. Profesi ini berkembang, seiring dengan meningkatnya permintaan akan informasi. Ada lebih banyak pekerjaan PR dalam bisnis, hiburan, politik, organisasi nirlaba, dan pemerintahan.

Semua jenis organisasi melihat manfaat komunikasi dengan pers dan publik, dan mereka melakukannya dengan lebih banyak cara dari sebelumnya: situs web, blog, Twitter, radio, Facebook, media cetak, email, video Youtube, televisi, dll.

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