

Jenis Keterampilan yang Harus Praktisi PR Miliki

Keterampilan umumnya yang dimiliki seorang Public Relations (PR), seperti keterampilan menulis dan media relations akan selalu penting. Namun karena kemajuan teknologi, keterampilan tambahan, seperti pembuatan konten media sosial, analitik, SEO, dan pemrograman, harus melengkapi keterampilan yang sudah umum untuk membuat dan menganalisis PR di dunia teknologi.

Di dalam suatu organisasi, PR biasanya berada di bawah komunikasi dan pemasaran. PR hadir untuk membentuk opini publik, dan lebih sering untuk mengubahnya seluruhnya.

Apakah Keterampilan PR itu?

Biasanya, sebuah organisasi mempekerjakan personel PR untuk menjembatani kesenjangan pemahaman antara mereka dan pihak luar. Meskipun tidak selalu demikian, keterampilan PR dibutuhkan untuk menghadapi krisis atau publisitas yang buruk.

Calon praktisi PR biasanya menyelesaikan gelar sarjana dalam bidang PR, komunikasi, jurnalisme, atau jalur gelar terkait lainnya. Pelatihan biasanya didapatkan saat bekerja, namun ada juga organisasi profesional yang menawarkan kesempatan pelatihan tambahan. Untuk menjadi seorang PR, tidak ada sertifikasi yang diperlukan, tetapi sertifikasi dalam PR ada dan dapat membantu Anda menonjol di bidang yang kompetitif.

Jenis-jenis keterampilan PR

Komunikasi

Seorang PR perlu menulis konten yang menarik untuk klien, mulai dari siaran pers, artikel majalah, hingga posting blog. Kecuali posting blog, konten-konten ini dirancang untuk muncul di *platform* atau media yang tidak dimiliki klien. Oleh karena itu, konten harus menarik, tidak hanya bagi pembaca tetapi juga calon penerbit – editor majalah atau surat kabar yang memutuskan apakah akan mempublikasikan artikel tersebut.

Dengan konten situs web dan posting blog, tujuannya adalah agar pengguna membaca, terlibat, dan berbagi dengan cepat. Isi teksnya tidak hanya harus mengkomunikasikan pesan klien dengan cara yang menarik, tetapi juga harus melayani kebutuhan penerbit. Kesempurnaan teknis dalam menulis saja tidak cukup, tetapi pesan dan isinya harus relevan dan menarik.

Media sosial

Praktisi PR harus terbiasa dengan semua bentuk media sosial yang saat ini digunakan – dan akan terus berubah. Karena *platform* media sosial sangat bervariasi dalam hal bagaimana mereka berfungsi dan kepada siapa mereka mungkin menarik, setiap *platform* membutuhkan strategi yang berbeda. Beberapa pesan lebih cocok untuk beberapa *platform* daripada yang lain. Seorang praktisi PR yang baik tidak hanya tahu *platform* mana yang digunakan untuk apa, tetapi memiliki keterampilan untuk menggunakan setiap *platform* secara maksimal.

Riset

Praktisi PR biasanya bekerja dengan banyak jenis klien di berbagai bidang. Untuk melayani setiap klien dengan baik, praktisi PR harus mampu "menyesuaikan diri" dengan *brand*, industri, dan *market* klien dengan cepat dengan cara melakukan riset.

Perspektif Internasional

Perspektif multikultural internasional dimulai dengan menyadari bahwa tidak semua orang berpikir dengan cara yang sama. Pesan yang dapat tersampaikan dengan baik untuk satu audiens mungkin tidak cocok dengan audiens lain. Seorang PR yang baik menghargai dan mengantisipasi perbedaan ini dan dapat meneliti khalayak yang berbeda sesuai kebutuhan. Kefasihan dalam berbagai bahasa juga bisa menjadi nilai tambah.

Manajemen waktu

Spesialis PR harus mampu menangani banyak klien dan proyek, yang semuanya ingin dianggap penting dan perlu pekerjaan mereka diselesaikan secepat mungkin. Menguasai *deadline* dan memprioritaskan tugas adalah suatu keharusan. Mengatur fisik juga merupakan suatu keharusan karena PR adalah pekerjaan yang serba cepat dan beragam.

Berpikir kreatif

Di zaman sekarang ini, PR harus berani dan kreatif untuk menarik perhatian pasar. Bukan berarti harus melanggar aturan, tetapi mengetahui kapan harus mengambil risiko, dan berpikir kreatif dengan cara yang tidak pernah dipikirkan orang lain sebelumnya.

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