

Strategi Digital PR: Cara meningkatkan visibilitas online

Seperti yang kita ketahui, kita sedang berada di era digital. Dimana semua aspek kehidupan sudah merambah dunia digital. Begitu juga dengan Public Relations (PR). Dengan adanya era digital, PR terbagi menjadi dua yaitu konvensional PR dan juga digital PR. Dengan keadaan seperti ini, perusahaan dan brand harus mulai berinvestasi merambah ke digital PR.

Dalam digital PR, online visibility merupakan hal yang sangat mendasar dan penting. Sebuah brand harus memiliki visibilitas online yang tinggi untuk menunjukkan eksistensinya. Eksistensi inilah yang kemudian bisa meningkatkan kepercayaan dari target audiens.

Digital PR berfokus pada cara menghubungkan antara blogger, influencer, dan stakeholder untuk menghasilkan backlink yang berkualitas, mendapat peringkat tinggi dalam ranking pencarian, dan juga meningkatkan online exposure dari brand.

Meskipun konsep dari digital PR sendiri terlihat cukup simpel, dalam penerapannya tetap memiliki tantangan tersendiri. Berikut beberapa tips yang bisa diimplementasikan untuk meningkatkan visibilitas online.

1. Membangun hubungan

Sama dengan tugas PR konvensional, PR digital juga perlu membangun hubungan baik dengan pihak-pihak yang terkait. Membangun hubungan disini bukan hanya dengan para pemain dalam industri dan juga pakar industri. Digital PR juga perlu membangun hubungan dengan blogger, influencer, dan juga jurnalis. Ini memiliki peran yang sangat penting karena, hubungan yang dibangun secara baik bisa menghasilkan exposure dan juga engagement yang lebih baik, berkualitas, dan bisa juga lebih banyak. Ini akan membantu kita dalam membuat kegiatan-kegiatan sesuai dan berkaitan untuk kampanye digital.

2. Buat jaringan dengan jurnalis

Setelah hubungan terbangun, tugas dari digital PR juga adalah menjalin jaringan dengan jurnalis. Ini akan memberikan kesempatan untuk mendapatkan placement dikemudian hari. Salah satu cara yang paling mudah untuk menjaga jaringan tersebut adalah dengan berinteraksi melalui sosial media. Ini bisa membantu untuk 'mengakrabkan diri' dengan jurnalis tersebut. Selain itu mengirim email bisa membantu menjaga jaringan dengan jurnalis dengan baik. Kirim email yang dibuat secara personal dengan konten yang menarik dan sesuai. Tapi sebelumnya kita harus mengetahui lebih dalam tentang desk yang mereka liput. Sehingga email kita bisa relevan dan membantu jurnalis tersebut.

3. Bekerjasama dengan blogger dan influencer

Seperti yang kita ketahui orang menghabiskan cukup banyak waktu mereka disosial media. Dan semakin banyak influencer yang bermunculan. Sebagai perwakilan dari sebuah brand pasti akan muncul pertanyaan apakah bekerjasama dengan influencer dan blogger akan berguna untuk meningkatkan visibilitas online dari sebuah brand? Jawabannya adalah, ya, sangat berguna. Dengan mengajak kerjasama blogger dan juga influencer, mereka memiliki konten yang sangat efektif. Selain itu mereka juga memiliki jumlah follower yang cukup besar. Pastikan influencer dan juga blogger yang akan diajak kerjasama sesuai dengan identitas brand.

4. Pemanfaatan data

Untuk melaksanakan kampanye digital PR yang sukses, kita perlu memanfaatkan data untuk membuat planning dari kampanye tersebut. Data-data ini diperoleh dari kebiasaan, minat dan juga perilaku dari target audiens kita. Data tersebut kemudian diolah dan disesuaikan sehingga bisa dimanfaatkan dan digunakan untuk membuat strategi sehingga kampanye tersebut bisa lebih efektif dan mencapai ke target yang sesuai. Kita bisa menggunakan tools-tools yang ada untuk mendapatkan data dan analisis tersebut atau bekerjasama dengan perusahaan yang menyediakan data-data dan informasi terkait sehingga hasil yang diinginkan lebih akurat dan efektif.

5. Membangun hubungan dengan audiens

Sering kali kita menitikkan fokus terhadap hubungan yang kita jalin dengan influencer, blogger dan jurnalis. Perlu kita ingat bahwa audiens kita memiliki peran yang sangat penting untuk brand kita. Apapun yang kita lakukan itu memiliki hasil akhir untuk audiens kita. Saat bekerjasama dengan influencer, kita harus memikirkan segmen dari target audiens. Online visibility dan juga presence yang kita bangun akan menjadi sia-sia jika kita menargetkan segmen audiense yang tidak sesuai. Untuk meningkatkan visibilitas online yang kuat, kita harus memastikan konten yang kita hasilkan tidak hanya relevan dan berharga untuk brand kita tapi juga harus berharga untuk audiens kita.

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