

PR Lama VS PR Baru

Perkembangan zaman memaksa kita untuk terus berkembang dan berubah. Tapi tidak selamanya perubahan itu tidak baik. Perkembangan zaman sejalan dengan perkembangan teknologi dan banyak perkembangan teknologi yang dapat membuat hidup kita lebih baik dan lebih mudah.

Begitu juga dengan dunia Public Relations (PR). Seperti yang kita ketahui dunia PR selalu dinamis, selalu mengikuti perubahan zaman, perkembangan teknologi dan juga masyarakat. Belum lagi dengan trend-trend yang ada, serta kejadian dan peristiwa yang terjadi disekitar kita. Hal-hal tersebut membuat praktisi PR terus berkembang, belajar dan beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang ada yang bisa membantu pekerjaan kita kedepannya. Maka dari itu, sebagai PR bukan saja kita belajar dari hal-hal yang baru tapi juga belajar dari peristiwa yang sudah terjadi. Seperti pepatah 'Never forget the past, it's your best teacher.'

Maka dari itu kita lihat apa saja yang berubah dari PR dulu dan PR saat ini.

PR dulu

- Hanya untuk bisnis besar dan selebriti

Dulu sebelum media sosial menjadi platform yang banyak digunakan, PR terkesan hanya untuk perusahaan-perusahaan besar. Maka hanyalah perusahaan besar atau bisnis yang berskala besar yang memiliki tim PR sendiri atau bekerja sama dengan agency PR. Selain perusahaan besar, biasanya yang biasa menggunakan jasa PR adalah selebriti. Dalam konteks ini biasanya tugas PR disini lebih mengacu pada peran PR sebagai publicist.

PR Sekarang

- Untuk semua orang dan semua jenis bisnis

Saat ini semua orang bisa menggunakan jasa PR. Bukan hanya itu, siapapun juga bisa saja membutuhkan PR. Begitu juga bisnis, baik yang berskala besar maupun skala kecil. Karena semua bisnis memiliki goal yang sama yaitu berhasil dikenal publik, memiliki reputasi yang baik, meningkatkan penjualan, dan lainnya. Itulah alasan kenapa bisnis maupun seseorang membutuhkan PR. Karena PR akan membantu mendapat keberhasilan dan menjaganya untuk kedepannya.

PR dulu

- Mengejar liputan media dan publisitas

Dulu mendapatkan liputan dari media terutama merupakan sebuah tolak ukur yang bisa dilihat dari kerja PR. Dari liputan media tersebut secara otomatis publisitas didapatkan. Publik akan mengetahui bisnis tersebut tentu ini sangatlah penting bagi sebuah bisnis untuk menjangkau target audiens mereka.

PR Sekarang

- Membangun brand serta strategi secara keseluruhan

Cakupan dan tugas dari PR sangatlah luas. Saat ini PR bukan saja mengejar liputan dari media ataupun sekedar mendapatkan publisitas. Namun lebih menekankan kepada membangun dan menjaganya keberlangsungan dari sebuah brand bisa terjaga kedepannya. Maka dari itu PR harus bisa membuat strategi yang tepat untuk brand tersebut.

PR dulu

- Print media, TV, dan juga Radio

Dulu PR sangat mengutamakan media-media mainstream baik itu dalam bentuk print, TV, ataupun radio. Mendapatkan liputan secara cuma-cuma apalagi dari media yang reputable merupakan prioritas dari PR. Kenapa hal ini menjadi prioritas? Karena liputan-liputan tersebut menjadi tolak ukur keberhasilan ataupun hasil kerja keras dari PR.

PR Sekarang

- Semua media dan juga platform konten

Saat ini media bukan hanya berbentuk print, tapi juga ada media online. Bahkan banyak juga media print yang beralih ke online, karena perubahan perilaku dari masyarakat, kemajuan zaman serta teknologi. Ini juga bukan berarti liputan dari media print sudah tidak penting lagi, tentu masih sangat penting. Namun dengan perubahan tersebut liputan media online memiliki posisi yang sama pentingnya. Bukan hanya media online yang muncul, melainkan platform konten yang lain seperti blog, berbagai sosial media, website, serta podcast. Ini juga menambah ragam dari publisitas yang ada. Ini menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi PR untuk membangun dan melaksanakan strategi yang tepat untuk meng-cover seluruh platform yang ada.

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