

Yang Perlu Dipertimbangkan Sebelum Aksi PR Stunt

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh seorang praktisi PR untuk mendorong citra positif suatu brand di mata publik. Salah satunya adalah dengan melakukan PR stunt atau aksi PR yang sering disebut sebagai 'aksi publisitas', aksi PR sendiri merupakan acara yang telah dirancang dengan tepat untuk menangkap minat publik yang dituju dan mengarahkan perhatian terhadap merek, perusahaan, atau orang yang merupakan 'wajah' aksi tersebut.

Sebelum menjalankan kampanye PR stunt, penting untuk memahami citra merek. Ketika dijalankan dengan hati-hati sesuai dengan citra merek dan diukur secara akurat dengan tujuan dan statistik tertentu, hal ini bisa sangat sukses dan bermanfaat bagi merek Anda. Selain itu, ketika dijalankan dengan sukses, kampanye ini sangat meningkatkan hubungan bisnis dengan konsumen. Untuk itu, sebelum merek Anda melakukan aksi PR, pertimbangkan hal-hal ini untuk memastikan bahwa langkah yang diambil merupakan hal yang tepat, jangan sampai aksi PR membuat brand Anda terlihat buruk dimata public, yang malah menjadi boomerang buat merek Anda. Yang perlu diperhatikan antara lain adalah:

1. Jadilah Konseptual

Di balik setiap aksi yang bagus tentunya ada narasi yang kuat. Sebelum merencanakan bagaimana aksi tersebut akan dilakukan, bisnis harus terlebih dahulu menentukan apa tujuan dari aksi tersebut. Jika untuk mengumpulkan uang, penting untuk tepat tentang angka yang dituju. Jika intinya hanya mengarahkan ke situs web, itu juga dapat diukur berdasarkan lalu lintas. Tanpa melakukan ini, sebuah organisasi dibiarkan dengan aksi PR tanpa cara apa pun untuk mengukur keberhasilannya. Anda mungkin mendapatkan liputan media, tetapi pemutusan dari pesan merek Anda hanya akan menghalangi tujuan kampanye jangka panjang Anda.

2. Jadikan Itu Visual

Aksi publisitas yang paling efektif memiliki komponen visual yang kuat. Saat ini, konten gambar dan video cenderung menjadi viral. Oleh karena itu, setiap kampanye membutuhkan gambar atau video tambahan. Terlebih saat ini hampir semua terfokus pada media sosial. Untuk memulai aksi PR stunt pertimbangkan bagaimana Anda mempromosikan kampanye ini secara visual dan perhatikan gambar atau video yang akan diberikan pada jurnalis.

3. Tentukan Media Terbaik

Menggunakan cara yang lebih tradisional seperti koran, iklan, dan papan reklame dapat menjadi strategi kemenangan, tergantung pada sejumlah faktor. Namun, efektivitas internet dan jangkauannya tidak tertandingi. Organisasi atau bisnis yang memiliki banyak pengikut di Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, dan platform lainnya dapat menggunakannya sebagai cara cepat dan efisien untuk menyebarkan pesan. Berikut pada platform tersebut sebagian besar terdiri dari orang-orang yang sudah memiliki minat aktif dalam organisasi. Memberikan update terbaru kepada mereka terlebih dahulu dapat menjadi cara yang baik untuk memanfaatkan iklan dari mulut ke mulut.

4. Bersiaplah Akan Skenario Terburuk

Umumnya dengan PR stunt, semakin besar risikonya, semakin besar keuntungannya. Semakin lucu, kreatif, atau mengejutkan suatu aksi, semakin besar kemungkinannya akan menarik perhatian penonton. Untuk itu, pertimbangkan setiap skenario terburuk, risikonya dan rencanakan dengan matang kemungkinan-kemungkinan terburuk yang akan terjadi.

5. Be Original

Saat ini konsumen modern selalu mencari kebenaran, libatkan brand Anda dengan audiens. Aksi publisitas Anda perlu dirancang untuk memiliki elemen nilai kejutan tertentu. Agar berhasil, kejutan saja tidak cukup. Perlu aksi yang orisinal dan perlu hal-hal yang berbeda agar melekat dan berkontribusi pada citra merek, aksi harus dibuat agar konsisten dengan pesan dan nilai-nilainya. Untuk benar-benar terlibat dengan audiens, Anda perlu menempatkan diri Anda yang sebenarnya di luar sana dan berharap audiens dapat meraihnya.

“Publicity, publicity, publicity is the greatest moral factor and force in our public life.” ~ Joseph Plitzer

(oleh Irianty, praktisi Public Relations – referensi dari berbagai sumber)