

Elemen PR Modern yang Perlu Anda Ketahui

Komunikasi mengalami proses berkelanjutan yang terus berkembang secara cepat karena adanya kemajuan teknologi saat ini. Sebagai bagian penting dari komunikasi, *Public Relations* juga telah berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi. Berikut elemen-elemen PR modern yang perlu kita ketahui saat ini, yaitu:

1. Elemen PR modern

Saat ini, baik online maupun media cetak digunakan untuk menyampaikan pesan merek; SEO, kata kunci, dan tren pencarian sekarang memengaruhi strategi konten merek. Teknik berbasis data modern digunakan untuk membantu merek memahami bagaimana audiens mereka melakukan pencarian online. Dari sana, merek dapat membuat konten dan kata kunci yang relevan untuk menjangkau target audiens.

Untuk menarik perhatian konsumen, merek harus menceritakan kisah yang relevan dan mengeluarkan konten informatif dengan dukungan merek. Transformasi digital telah menjadi bagian dari PR modern dan profesional PR perlu memahami digital mereka untuk terus berkembang.

2. Pendekatan PR Terbaru

Karena arus informasi telah berkembang dari waktu ke waktu, hal itu juga telah mengubah pendekatan penggunaan kampanye PR untuk perusahaan dan organisasi. Peran PR tidak hanya sebatas berkomunikasi dengan media, tetapi telah menyebar ke berbagai saluran digital dengan tujuan yang dinamis. Pemasaran digital adalah pendorong baru untuk bisnis, dan pemasar digital yang cerdas menggunakan hubungan masyarakat (PR) untuk menambahkan lebih banyak kekuatan pada kampanye pemasaran mereka. Unsur-unsur modern PR terdiri dari: menggunakan distribusi pesan merek secara online, membangun tautan dengan media digital, dan menggunakan visibilitas media untuk membuktikan keaslian merek di media arus utama dan publik.

3. Target yang Tepat

Sampai sekitar beberapa tahun yang lalu, pembuat konten memiliki informasi yang sangat terbatas tentang persona audiens target mereka. Profesional PR biasa membuat dan mendistribusikan pesan umum untuk semua orang melalui media tradisional seperti surat kabar dan majalah. Saat ini, di era media digital, dimungkinkan untuk melacak aktivitas online pengguna. Dibutuhkan beberapa klik untuk mengetahui tentang metrik audiens target. Mengetahui audiens target Anda sebelum membuat konten membantu Anda membuat kampanye yang disesuaikan dan ditargetkan. Dengan bantuan data ini, kita dapat membangun pesan efektif yang menyentuh emosi orang berdasarkan usia, wilayah, dan minat mereka.

Oleh karena itu, diperlukan waktu yang signifikan untuk meneliti audiens target sebelum menulis kata untuk pesan PR Anda. Hal yang mudah untuk meneliti kata kunci dan tren adalah dengan alat seperti Google Trends, Google Analytics, SEMrush atau Ahrefs dll.

4. Tingkat Baru Komunikasi Berbasis Data

Di era serba online saat ini, Anda harus memastikan bahwa merek tetap relevan dan mencapai tujuan bisnisnya dan memerlukan tingkat baru komunikasi dengan berbasis data. Pengukuran PR yang mengidentifikasi konten yang paling berdampak dan mengoptimalkan kualitas konten akan semakin penting dan alat analisis yang lebih canggih akan membantu menentukan keputusan investasi strategis. Metrik baru, *share-of-search*, akan membangun momentum sebagai cara untuk mengukur efektivitas PR dan mengaitkan PR dengan pangsa pasar.

5. PR dan Content Marketing

Content marketing atau pemasaran konten adalah cara yang terbukti untuk meningkatkan visibilitas, selama kontennya sangat terlihat. Itu sebabnya pemasaran konten membutuhkan PR. Perlu diperhatikan PR dan pemasaran konten bersama-sama adalah duo yang kuat, memungkinkan merek untuk menempatkan cerita yang tepat ke tangan jurnalis, influencer, dan blogger yang tepat.

6. Pengoptimalan Media Sosial

Media sosial bukan hanya platform konektivitas sosial, tetapi berfungsi sebagai pendorong bagi para profesional PR dan content marketing. Banyak startup yang sukses telah membuktikan bahwa kita dapat mencapai banyak hal dari penggunaan media sosial yang tepat. Bagian terbaik dari media sosial adalah memberi kita kemungkinan untuk mendapatkan umpan balik dan reaksi instan terhadap upaya kita. Setiap platform media sosial bekerja pada suatu algoritma, dan kita perlu memahaminya. Menguji dan menganalisis setiap jenis konten, menjadwalkan, menargetkan, dan berinteraksi secara teratur dengan audiens adalah beberapa cara untuk memahami cara kerja platform.

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