

Apa itu Barcelona Principles 3.0?

Pada tahun 2010, *International Association for Measurement and Evaluation of Communication* (AMEC) mengadakan pertemuan di Barcelona, di mana bertujuan untuk menetapkan kerangka kerja standar pertama untuk pengukuran PR dan komunikasi yang efektif. Hasilnya adalah *Barcelona Principles* atau Prinsip Barcelona, yang disepakati oleh praktisi PR dari 33 negara berbeda, yang berfokus pada hasil kampanye, bukan *outputs*, mengakui nilai media sosial, dan berpendapat bahwa pengukuran AVE yang sudah ketinggalan zaman.

Saat ini industri komunikasi telah berkembang sangat cepat ditambah dengan adanya kemajuan teknologi. Tentunya agar sesuai dengan lanskap sosial dan teknologi yang berubah, Prinsip Barcelona telah berkembang bersamanya. Pada tahun 2015, pencipta asli, ditambah pakar industri lainnya, bertemu untuk mendefinisikan kembali prinsip-prinsip sehingga mereka lebih fokus pada apa yang harus dilakukan, bukan apa yang tidak boleh dilakukan.

Setelah lima tahun kemudian, AMEC telah mengorganisir komite ketiga untuk mengevaluasi kembali Prinsip Barcelona dan memperluas serta memodernisasi praktik yang telah menjadi sedikit ketinggalan zaman dalam industri yang bergerak cepat. Prinsip Barcelona 3.0 mencerminkan pendekatan yang lebih bulat dan holistik untuk pengukuran PR untuk menggabungkan praktik yang berubah.

Prinsip Barcelona memberikan pedoman praktik terbaik untuk mengukur seberapa baik upaya PR bekerja. Mereka membantu menghubungkan PR dengan hasil bisnis yang nyata dan mengevaluasi keberhasilan mencapai sasaran yang ditargetkan secara spesifik. Dengan kata lain, prinsip-prinsip hubungan masyarakat ini mengalihkan fokus dari *outputs* Anda ke *outcomes* – bukan apa yang Anda lakukan, tetapi apa yang menjadi dampak dari pekerjaan Anda.

Seperti industri lainnya, memiliki metode pengukuran kesuksesan yang konsisten merupakan hal mendasar untuk menunjukkan nilai, dan Prinsip Barcelona membantu menetapkan prioritas dan mengarah ke standar industri.

Berikut ini rincian prinsip-prinsip AMEC Barcelona 3.0 yang telah diperbaharui:

1. **Menetapkan tujuan merupakan prasyarat mutlak untuk perencanaan, pengukuran, dan evaluasi komunikasi** - Prinsip dasar tujuan SMART (*specific, measurable, actionable, relevant, dan time-bound*) sebagai dasar untuk perencanaan komunikasi telah dipromosikan menjadi prasyarat penting. Ini mendorong pengukuran dan evaluasi sebagai komponen inti dari proses perencanaan, mengartikulasikan hasil target dan bagaimana kemajuan menuju ini akan dinilai.
2. **Pengukuran dan evaluasi harus mengidentifikasi *outputs*, hasil, dan potensi dampak** - Sebelumnya, Prinsip merekomendasikan pengukuran hasil, bukan hanya menghitung *outputs*. Prinsip-prinsip yang diperbarui ini memperluas untuk mempertimbangkan dampak jangka panjang dari strategi komunikasi.
3. **Hasil dan dampak harus diidentifikasi untuk pemangku kepentingan, masyarakat, dan organisasi** - Dari fokus awal pada metrik bisnis, seperti penjualan dan pendapatan, pembaruan tahun 2020

mencakup pandangan kinerja yang lebih holistik. Hal ini memungkinkan model menjadi lebih inklusif dari berbagai organisasi dan peran komunikasi yang lebih luas yang tidak selalu didorong oleh keuntungan.

4. **Pengukuran dan evaluasi komunikasi harus mencakup analisis kualitatif dan kuantitatif** - Evolusi prinsip ini untuk tidak hanya mengukur tetapi juga memahami bagaimana pesan diterima, dipertimbangkan dan ditafsirkan.
5. **AVE bukanlah nilai komunikasi** - Pesan tetap konsisten dan jelas. Pengukuran dan evaluasi komunikasi harus menggunakan pendekatan yang lebih bernuansa dan beragam untuk memahami dampak komunikasi.
6. **Pengukuran dan evaluasi komunikasi holistik mencakup semua saluran online dan offline yang relevan** - Prinsip dasar AMEC bahwa media sosial dapat dan harus diukur sangat jelas saat ini. Iterasi 2020 mencerminkan perubahan yang mengubah permainan dalam kemampuan, peluang, dan pengaruh komunikasi sosial, sehingga semua saluran online dan offline yang relevan harus diukur dan dievaluasi secara setara. Kerangka pengukuran AMEC mempromosikan kejelasan di seluruh saluran yang diperoleh, dimiliki, dibagikan, dan dibayar untuk memastikan konsistensi dalam pendekatan menuju tujuan bersama.
7. **Pengukuran dan evaluasi komunikasi berakar pada integritas dan transparansi untuk mendorong pembelajaran dan wawasan** - Pengukuran yang baik, konsisten, dan berkelanjutan menuntut integritas dan transparansi sebagai pengakuan atas perhatian saat ini terhadap privasi dan pengelolaan data karena organisasi mematuhi peraturan baru, seperti GDPR. Ini juga merupakan pernyataan bahwa pengukuran bukan hanya tentang pengumpulan dan pelacakan data, tetapi tentang belajar dari evaluasi dan menerapkan kembali wawasan ke dalam perencanaan komunikasi. Ini mengakui kebutuhan untuk transparan tentang konteks di mana program dijalankan dan menyadari setiap bias yang mungkin ada dalam alat, metodologi dan interpretasi yang diterapkan.

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