

Media Coverage dan Manfaatnya

Istilah media coverage sudah lah bukan hal yang asing untuk telinga kita, terutama pada orang-orang yang bekerja di bidang Public Relations. Tapi apa sebenarnya arti dari media coverage, jenis- jenis dan manfaat nya untuk sebuah brand atau perusahaan? Mari kita bahas satu persatu lebih detail dari media coverage.

Pengertian

Apa yang dimaksud dengan media coverage? Berdasarkan atinternet.com, media coverage adalah konten yang menyebutkan, mendiskusikan, serta menampilkan sebuah brand atau perusahaan. Konten tersebut bisa terdiri dari artikel, video, rss feed, dan lainnya.

Jenis-jenis

Seperti yang sudah disebutkan konten dari media coverage ini ada berbagai macam. Berikut merupakan beberapa jenis dari media coverage.

- **Earned Media**
Ini merupakan jenis media yang didapatkan secara organik. Dengan kata lain, konten-konten ini didapatkan tanpa harus membayar, bukan iklan ataupun kerjasama dengan media. Contohnya seperti word-of-mouth, review, dan lainnya.
- **Paid Media**
Sesuai dengan artinya ini merupakan media berbayar. Jenis media coverage ini bisa berbentuk iklan, sponsor. Biasanya paid media akan di tangani oleh tim marketing.
- **Owned Media**
Ini sama juga dengan namanya, merupakan saluran yang dimiliki oleh sebuah perusahaan secara langsung. Untuk kontennya sendiri bisa berbentuk, artikel di website perusahaan, konten post di sosial media perusahaan, serta press release.

Manfaat

Bentuk dan jenis konten yang sudah disebutkan, ini merupakan bentuk dari market presence dari brand atau perusahaan tersebut. Dari market presence tersebut, brand ataupun perusahaan terlihat lebih kredibel. Sebagai sebuah brand atau perusahaan, apa yang kegiatan ataupun aktifitas yang dilakukan merupakan pesan yang ingin disampaikan kepada target audiens. Pesan-pesan tersebut dapat menciptakan citra perusahaan.

Cara memaksimalkan media coverage

1. Lakukan research dan pilih media yang tepat

Untuk memaksimalkan coverage yang akan didapatkan, kita harus melakukan research terlebih dahulu. Pastikan media yang dipilih sudah sesuai dengan target audiens kita. Sesuaikan pula kebutuhan cakupan dari media yang dipilih sehingga pesan dan konten yang akan disampaikan bisa sesuai dengan target kita.

2. Press Release Digital

Press release merupakan komponen penting dalam mendapatkan media coverage. Saat ini kita hidup dalam era yang serba digital. Maka begitu juga dengan perkembangan press release. Press release bentuk digital bukan hanya memudahkan para jurnalis dalam meliput brand atau perusahaan namun bisa juga membuat press release itu sendiri tampak lebih menarik. Karena bentuknya yang bukan hanya teks, seperti press release konvensional biasanya.

3. Manfaatkan media sosial dan website

Bukan hanya memfokuskan perhatian kita untuk mendapat media coverage saja, tapi setelah mendapatkannya kita harus memanfaatkan website seras media sosial dari brand ataupun perusahaan. Ini bisa dijadikan satu aset penting untuk perusahaan dan memudahkan siapa saja

mengakses informasi yang berkaitan, ataupun aktifitas yang sudah dilakukan selama ini oleh brand maupun perusahaan.

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