

## Apa Saja Yang Harus Ada Dalam Press Kit?

Press kit pada dasarnya adalah seperangkat aset dan sumber daya yang dipilih untuk mengomunikasikan merek Anda kepada siapa pun yang ingin menceritakan kisah Anda dan tentunya sebagai perangkat yang dapat digunakan siapa saja untuk melukiskan gambaran yang akurat tentang merek Anda.

Press kit yang efektif adalah komponen yang dibuat dengan hati-hati dari strategi pemasaran yang lebih besar dan perlu ditanggapi dengan serius. Semakin banyak waktu dan usaha yang Anda investasikan untuk press kit Anda, semakin besar kemungkinan reporter akan meliput berita perusahaan Anda.

Press kit dapat memfokuskan pesan perusahaan, selain itu konteks visual press kit juga memberi bisnis kemampuan untuk menyediakan foto dan video ke media. Manfaat lainnya adalah sebagai sumber daya untuk wartawan. Press kit yang baik memudahkan reporter untuk meliput bisnis Anda, terutama saat mereka menghadapi tenggat waktu yang ketat.

Meskipun fungsi utamanya adalah untuk menarik liputan PR, press kit juga dapat digunakan untuk mengesankan investor, pemberi pinjaman, dan orang lain yang membutuhkan informasi tentang bisnis dan/atau produk Anda. Tentunya press kit dapat mempersingkat waktu yang Anda perlukan untuk menyediakan informasi tentang bisnis Anda kepada outlet media.

Apa yang dipilih oleh agensi, perusahaan, atau individu untuk disertakan dalam press kit mereka akan sangat spesifik untuk industri mereka. Namun, ada beberapa hal penting yang mutlak harus dimiliki yang harus ada di setiap press kit, yaitu:

- ✧ **Boilerplate** – Detail perusahaan yang paling relevan.
- ✧ **Biografi** – Profile staff kompeten Anda dan pencapaian mereka.
- ✧ **Kutipan & testimonial** – Sertakan pengalaman nyata dari orang-orang yang menggunakan merek atau produk Anda.
- ✧ **Logo** – Menyertakan berbagai logo berkualitas tinggi dalam berbagai ukuran memastikan bahwa jurnalis tidak akan mengambil logo lama dan ketinggalan zaman dari sumber yang tidak relevan.
- ✧ **Gambar beresolusi tinggi** – Foto beresolusi tinggi adalah keharusan mutlak. Setiap jurnalis yang berencana melakukan liputan apa pun untuk merek Anda membutuhkan, setidaknya, beberapa gambar berkualitas tinggi untuk dipilih; yang berlaku ganda untuk publikasi cetak.
- ✧ **Informasi kontak** – Jika pembaca Anda menemukan konten Anda, kemungkinan besar mereka ingin terhubung dengan Anda. Beri tahu mereka cara menghubungi pihak Anda.
- ✧ **Media sosial** – Beri tahu orang-orang di mana harus terlibat dengan merek Anda di media sosial.
- ✧ **Lembar fakta produk/layanan** – Berikan pembaca Anda dasar-dasar dalam lembar fakta profesional yang mudah dicerna.

Selain poin-poin di atas, untuk menyoroti apa yang membedakan Anda dari pesaing, hal-hal berikut juga dapat dipertimbangkan untuk Anda sertakan jika relevan dimasukkan kedalam press kit, yaitu:

- ✧ **Konten video dan audio** – Ini sangat berguna untuk orang-orang seperti musisi, pembuat film, podcaster, dan aktor. Anda dapat menyertakan karya Anda sebelumnya, sampel konten Anda, video musik, file audio, dan banyak lagi.
- ✧ **Liputan pers** – Bagikan media mentions atau showcases yang menarik.
- ✧ **Daftar klien** – Beberapa klien berprofil tinggi dapat menambah kredibilitas.
- ✧ **Akreditasi dan penghargaan** – Tunjukkan pencapaian tersebut kepada audiens Anda.
- ✧ **Tautan ke ruang redaksi dan studi kasus** – Biarkan audiens Anda menemukan lebih banyak tentang perusahaan Anda melalui tautan terkait.
- ✧ **Sejarah dan garis waktu perusahaan** – Bagikan lebih banyak latar belakang perusahaan.

Di era digital dan serba cepat saat ini, pastikan press kit Anda mudah ditemukan di situs web Anda. Sertakan tautan press kit di bilah navigasi sehingga jurnalis tidak perlu menggali untuk menemukannya. Press kit akan meningkatkan kemungkinan klip pers yang bagus dengan informasi faktual dan foto produk Anda yang dioptimalkan.

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