

## **Bagaimana Cara Mendapatkan Liputan Media?**

Jika Anda ingin meningkatkan profil publik, atau menyebarkan update terbaru tentang perusahaan atau berita tentang produk baru, liputan media adalah salah satu cara terbaik untuk membuat perusahaan Anda diperhatikan. Namun, mendapatkan liputan media bukanlah masalah sederhana. Seperti semua hal yang baik, publisitas media yang sukses adalah hasil kerja keras, dan perlu perencanaan yang matang.

Berikut beberapa cara yang perlu diperhatikan untuk mendapatkan liputan media, yaitu:

### **1. Buat Konten yang Layak Diberitakan**

Salah satu cara termudah untuk mendapatkan liputan media untuk bisnis adalah dengan membuat konten yang layak diberitakan. Dengan mencakup topik yang tepat waktu dan yang dapat dikaitkan dengan audiens atau pembaca. Selanjutnya Anda dapat mengirimkan informasi ini ke outlet berita tertentu. Untuk menemukan topik yang kemungkinan besar akan diperhatikan, luangkan waktu untuk benar-benar memikirkan kebutuhan sasaran pasar Anda dan apa yang akan mereka tanyakan kepada seorang profesional di industri Anda. Anda bahkan dapat menyusun persona pembeli jika itu mempermudah pembuatan konten tertulis atau video yang luar biasa untuk merek Anda.

### **2. Buat Daftar Media Dengan Memperhatikan Detail**

Setiap bisnis dan asosiasi akan memiliki audiens target yang berbeda, jadi Anda harus membuat daftar media dengan memperhatikan detail. Pertama, teliti jenis media yang ingin Anda jangkau dengan mempertimbangkan jenis berita yang ingin Anda bagikan. Jika Anda ingin mengumumkan perekrutan atau promosi baru, media lokal mungkin akan menjadi pilihan terbaik Anda. Jika Anda adalah organisasi dengan staf ahli tentang topik yang menjadi topik perdebatan nasional, berita tersebut berpotensi menarik khalayak yang lebih luas. Pertimbangkan outlet media mana yang akan menjangkau target pasar Anda — pikirkan tentang surat kabar, majalah, online, TV, dan radio. Selalu berfokus pada pasar yang ingin Anda jangkau.

### **3. Terlibat Dalam Komunitas**

Jika bisnis Anda lebih merupakan organisasi lokal, luangkan waktu untuk terlibat dalam komunitas Anda. Seringkali, outlet berita lokal lebih dari senang untuk meliput perusahaan yang bekerja untuk membantu komunitas setempat mendapatkan uang untuk fasilitas atau bisnis yang membantu membangun rumah bagi mereka yang membutuhkan. Merek online atau digital masih dapat melakukan ini juga. Temukan cara untuk menyertakan bantuan amal dan tujuan mulia lainnya — baik secara lokal maupun di seluruh dunia. Dengan memiliki semangat memberi dan komitmen untuk melayani, banyak organisasi pers dengan senang hati menawarkan kepada Anda sorakan dan peningkatan liputan dalam konten mereka.

### **4. Kenali Penulis atau Reporter Tertentu**

Terkadang liputan pers bukan tentang apa yang Anda ketahui — ini tentang siapa yang Anda kenal. Karena itu, mencari tahu siapa yang meliput topik seperti yang terkait dengan industri atau komunitas lokal Anda adalah cara yang baik untuk meningkatkan peluang bisnis Anda disertakan dalam sebuah cerita. Anda dapat mengirim pesan kepada orang-orang ini dan menawarkan promosi cerita. Atau berikan saja informasi kontak Anda jika ada informasi tambahan yang dapat Anda bantu.

## 5. **Gunakan Media Sosial**

Saat ini, siklus berita bergerak sangat cepat. Jika Anda memiliki ide untuk cerita yang tepat waktu atau dapat membahas topik yang Anda pahami secara profesional, lihat halaman media sosial untuk outlet berita atau majalah. Seringkali, mereka memposting kebutuhan untuk berbicara dengan seseorang untuk menyelesaikan sebuah cerita. Jika Anda dapat menerkam jenis permintaan ini dengan cukup cepat, bisnis Anda bisa menjadi orang yang mendapatkan liputan pers gratis. Demikian juga, cari bagian komentar tentang topik yang layak diberitakan dan halaman individu dari penulis atau tokoh media tertentu.

Mendapatkan perhatian di media sangatlah penting. Meski begitu, jangan pernah spam jurnalis. Beberapa jurnalis mendapatkan ratusan email setiap hari. Jadi, agar berita Anda selalu diingat, kirimkan promosi lanjutan kira-kira dua atau tiga hari setelah Anda mendistribusikan siaran pers. Penting untuk menindaklanjuti dengan wawancara, untuk mempromosikan dan menjual cerita Anda dengan cara yang tidak memaksa.

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