

Beberapa Media untuk Mengaplikasikan Strategi Public Relations Untuk Usaha Sosial Anda



Menjual Ide
Menerapkan Public Relation



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

DITULIS & DIADAPTASI OLEH:
Mega Puspita Pertiwi

TERINSPIRASI DARI:
Queensland Government (2014) Public Relation Tools and Activities





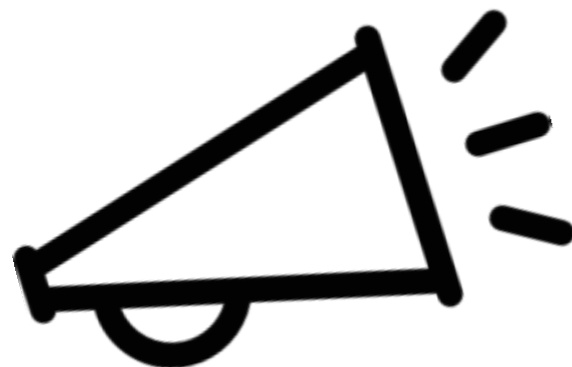
Beberapa Media untuk Mengaplikasikan Strategi Public Relations

Mengapa ini penting?

Citra yang baik tentang Usaha Sosial Anda di mata masyarakat akan sangat penting bagi kelangsungan Usaha Sosial yang Anda jalankan. Dengan citra yang baik, masyarakat akan semakin percaya terhadap Usaha Anda.

Namun terkadang untuk membangun kepercayaan tersebut, Anda tidak dapat melakukannya sendiri. Anda memerlukan pihak lain yang dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap Usaha Sosial Anda. Hal inilah yang disebut dengan Public Relations.

Terdapat berbagai macam alat untuk melakukan Public Relations yang dapat Anda gunakan. Mengetahui alat-alat tersebut dapat membantu Anda untuk memilih strategi Public Relations apa yang tepat untuk Usaha Sosial Anda.



Platform Public Relations

1. Melalui Media Massa

a. Relasi dengan Media

Relasi dengan media dapat diartikan sebagai hubungan yang terjalin antara satu pihak seperti Usaha Sosial dengan para jurnalis, blogger, editor, dan penulis konten dari media massa seperti koran, majalah, TV, radio, dan internet.

Tujuan dari menjalin relasi dengan media ini adalah menjalin hubungan baik dengan pihak-pihak yang berpotensi menulis berita tentang Usaha Sosial Anda agar mereka bersedia menulis berita-berita yang cenderung positif untuk citra Usaha Anda. Dengan bantuan mereka, Usaha Sosial Anda dapat memberikan informasi kepada masyarakat dan juga meningkatkan citra Usaha Sosial Anda.

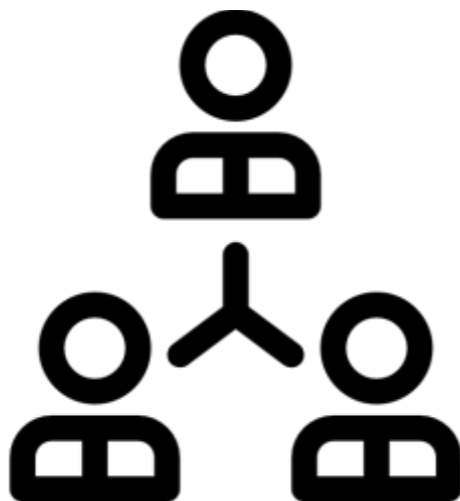
b. Advertorial

Advertorial adalah bentuk *public relation* yang menggabungkan konsep iklan dan jurnalistik yang dapat ditampilkan di media massa seperti koran, majalah, TV, situs berita online, dll. Advertorial berfungsi untuk meningkatkan *awareness* masyarakat tentang produk atau Usaha Sosial Anda tanpa memakai kalimat-kalimat "penjualan" secara langsung.

Advertorial dapat berisi ulasan topik-topik tertentu yang sesuai dengan Usaha Sosial Anda, misalnya jika Usaha Sosial Anda memiliki produk berupa susu formula Anak, Anda membuat advertorial tentang Nutrisi dalam Susu yang Penting untuk Anak. Dalam advertorial tersebut, Anda juga dapat menyebutkan beberapa komponen penting yang memang ada dalam produk Susu Anda. Anda juga bisa membuat advertorial yang tidak memiliki hubungan dengan produk Anda tapi pada isu tertentu. Misalnya Anda membuat advertorial tentang pelestarian lingkungan meski Usaha Anda bergerak dalam jasa keuangan. Namun dalam advertorial tersebut ada logo Usaha Sosial Anda.



Beberapa Media untuk Mengaplikasikan Strategi Public Relations



Platform Public Relations

2. Melalui Pendekatan Personal

a. Newsletter

Melalui newsletter Anda dapat memberikan berita terkini mengenai Usaha Anda baik tentang produk atau jasa baru maupun informasi umum lainnya yang ingin Anda sampaikan mengenai Usaha Anda.

Newsletter dapat melalui media online yang bisa dikirim melalui email maupun cetak yang dapat dikirim lewat pos kepada pelanggan-pelanggan tertentu. Namun saat ini newsletter melalui email lebih umum digunakan karena murah, cepat, dan dapat menjangkau banyak orang dimanapun dan kapanpun. Newsletter melalui email dapat juga Anda kirimkan kepada non-pelanggan yang telah mendaftar atau subscribe di website Usaha Anda.

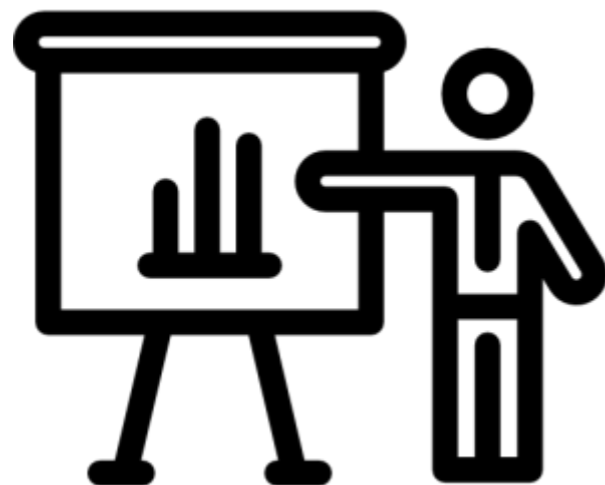
b. Brosur & Katalog

Brosur dan katalog dapat memberikan informasi detail tentang produk atau jasa yang Anda tawarkan. Desain brosur dan katalog yang menarik juga memungkinkan pelanggan Anda mengunjungi website Anda dan melakukan transaksi.

Anda dapat mengirimkan brosur dan katalog yang Anda terbitkan setiap periode tertentu melalui pos maupun melalui email kepada pelanggan. Anda bisa menggabungkan pula brosur dan katalog tersebut sebagai salah satu konten newsletter Anda.



Beberapa Media untuk Mengaplikasikan Strategi Public Relations



Platform Public Relations

3. Melalui Acara & Organisasi, dan Komunitas

a. Pembicara dalam Acara

Anda juga dapat mengenalkan Usaha Anda kepada masyarakat dengan menjadi pembicara di acara-acara seperti seminar, workshop, kuliah umum, dan lainnya. Banyak acara-acara seminar yang diadakan oleh mahasiswa, organisasi, maupun institusi pemerintahan yang seringkali mendatangkan narasumber dari berbagai kalangan. Dalam acara tersebut, sebaiknya Anda memberikan materi yang tak hanya mengenalkan Usaha Anda namun juga materi yang dapat berguna dan menginspirasi peserta sehingga kepercayaan mereka kepada Anda dan juga Usaha Anda dapat menjadi lebih besar karena mereka telah mendapat manfaat dari pihak Usaha Anda bahkan sebelum mereka bergabung dengan Usaha Anda baik sebagai pelanggan, investor, partner, maupun tim.

b. Sponsor Acara

Dengan memberikan sponsor baik berupa uang maupun materi lainnya, pemilik Acara akan memberitahukan kepada masyarakat atau peserta acaranya siapa saja pihak yang telah membantu pelaksanaan acara tersebut sehingga Usaha Anda akan lebih dikenal. Namun untuk menjadi sponsor atau partner, baiknya Anda memilih acara yang sesuai dengan Usaha yang Anda jalankan sehingga target dari acara dan Usaha Anda sama.

c. Partner dalam Organisasi atau Komunitas

Anda juga dapat menjadi partner dari sebuah organisasi atau komunitas yang ada di lingkungan Usaha Sosial Anda atau yang memiliki kegiatan yang sesuai dengan kegiatan Usaha Sosial Anda. Sebagai partner Anda dapat membantu organisasi dan komunitas tersebut seperti dari segi sumber daya manusia, pemberdayaan masyarakat, pengadaan acara bersama, dll. Sebagai contoh, Usaha Sosial Anda bergerak di bidang pembiayaan mikro untuk petani, nelayan, dan pedagang kecil. Di lokasi-lokasi tujuan Anda, ada beberapa komunitas Ibu-Ibu PKK yang dapat Anda jadikan partner misalkan dengan menjadi tutor untuk Ibu-Ibu di komunitas tersebut dalam mengelola keuangan sederhana.