



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# Perencanaan dan Riset untuk Penulisan Media Public Relations

Silvanus Alvin, S.I.kom., M.A.

# PENENTUAN ISU UTAMA

# BELAJAR DARI PENEMBAK JITU (SNIPER)



# TENTUKAN ISU UTAMA (1)

- Dalam aktivitas yang dilakukan PR, selalu ada tujuan organisasi yang berusaha dikomunikasikan ke publik.
- Seringkali tujuan tidak fokus, sehingga perencanaan yang dilakukan tidak matang.
- Penentuan isu utama menjadi penting dalam memfokuskan tujuan, yang dapat berimplikasi pada perencanaan matang.

# TENTUKAN ISU UTAMA (2)

- Langkah-langkah penentuan isu utama:
  - Peluang atau tantangan seperti apa yang mau dijadikan fokus? (*Issue*)
  - Objektif dari isu tersebut? (*Informational/Behavioral*)
  - Siapa publiknya? (*Affected public*)
  - Apakah ini termasuk isu yang harus direspon cepat, biasa saja, atau tidak? (*Timing*)
  - Apa saja kekuatan dan kelemahan organisasi Anda terhadap isu ini? (*Strengths/Weaknesses*)

# MCDONALD: PRICING STRATEGY





# MCDONALD: EATEAQUAL CAMPAIGN



New Market,  
New Customer

# RISET PENULISAN PR



# RISET

- Setelah isu utama ditemukan, barulah tahapan perencanaan matang dapat dimulai. Dan, mulailah perencanaan dengan riset.
- Riset terbagi 2: Riset Primer dan Riset Sekunder.
- Risetlah target audiens atau publik Anda. Dapatkan data-data yang didukung data demografi (umur, jenis kelamin, pekerjaan, kewarganegaraan dll).

# RISET: FGD DAN SURVEY

- 2 Metode yang sering digunakan dalam meriset publik adalah:
  - *Focus Group Discussion* (FGD)
    - Lazimnya terdiri dari 10 orang atau lebih dari target audiens. Kemudian, peserta diberi pertanyaan dan reaksi mereka didata untuk kepentingan PR.
  - Survey
    - *Face to Face*: bisa melihat reaksi langsung/*body language*, namun bila pewawancara kurang kemampuan maka data akan kurang didapat.

# RISET: FGD DAN SURVEY

- *Telephone Interview*: survei jenis ini maksimal 5 menit, namun seringkali orang yang diinterview tidak nyaman.
  - *Online Questionnaire*: lebih bisa menjangkau banyak tapi terdapat kesulitan untuk klarifikasi jawaban tidak konsisten atau ambigu.
- Kita berusaha mencari tahu ekspektasi dan kebutuhan publik.

# MENETAPKAN MEDIA

- Sifat publik
- Jenis media
- Biaya
- Waktu

# BIAYA

<p>in million</p> <p><b>Immersive Skin Desktop</b></p> 											
HOME PAGE	NEWS	SPORT	SEPAK BOLA	FINANCE	INET	HOT	OTO	TRAVEL	WOLUPOP	HEALTH	FOOD
<b>IMMERSIVE SKIN</b>											
Top Frame; Bottom Frame; Skinner; Billboard; Leaderboard; Medium Rectangle; Background Image Body 150 KB											
IDR 900	IDR 450	IDR 35	IDR 100	IDR 90	IDR 65	IDR 115	IDR 30	IDR 35	IDR 70	IDR 30	IDR 20

# DIRECTION SHEET

*Direction Sheet* bisa membantu Anda dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

- *Subject of the piece*: pengumuman / *special event* / pengenalan produk, dll
- *Format*: TV format / Radio / Podcast / YouTube / Text
- *Objective*: capaian yang dituju itu mau seperti apa?
- *Intended audience*
- *Angle*: dikemas secara humor / penuh semangat / *peacefull*, dll
- *Length*: durasi
- *Key ideas*
- *Deadline*

# PEPSI DAN KENDAL JENNER





# PEPSI DAN KENDAL JENNER (2)



Replying to [@BerniceKing](#)

We at Pepsi believe in the legacy of Dr. King & meant absolutely no disrespect to him & others who fight for justice.

**Pepsi was trying to project a global message of unity, peace and understanding. Clearly we missed the mark, and we apologize. We did not intend to make light of any serious issue. We are removing the content and halting any further rollout. We also apologize for putting Kendall Jenner in this position.**

# Thank You