



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENULISAN PUBLIC RELATIONS DI VIDEO

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

MENGAPA VIDEO?

- Meningkatkan SEO dan SERP: konten video membutuhkan waktu lebih banyak daripada teks dan foto menghabiskan lebih banyak waktu untuk menjelajah.
- Media promosi: video membuat sebuah *brand* lebih mudah diingat dan menciptakan penceritaan yang menarik. Selain itu, Anda dapat mempersonalisasi video ke masing-masing *audiens*.

MENGAPA VIDEO?

- Meningkatkan keterlibatan *audiens*: penggunaan video dalam praktik PR berpotensi menumbuhkan basis *audiens* 49% lebih cepat daripada strategi yang mengandalkan bentuk konten lain. Konten video 12 kali lebih mungkin untuk dibagikan di media sosial dan platform komunikasi digital lainnya daripada gabungan teks dan foto.
- *Media pitching*: Anda bisa menyebarkan video seperti *press release* dan memperlihatkan bagaimana produk/jasa/aktivitas yang Anda lakukan.

5 HAL YANG HARUS DIPERHATIKAN DI VIDEO PR

- Gunakan kutipan: kutipan ini bermanfaat seperti testimoni (*sound-bite, natsound, atau voice over*).
- Gunakan *caption*: 85% video sering kali ditonton tanpa suara, berilah pengantar di video Anda.
- Gunakan teks: 1-2 kalimat dengan durasi 5-10 detik untuk menambah daya pesan.
- Gunakan kata kunci: 1 video sebaiknya membawa 1 pesan dan simpulkan pesan tersebut dalam *keywords*.
- Durasi video: hindari membuat video berdurasi panjang, umumnya 2-3 menit (*highlight video*).

5C DALAM VIDEO NEWS RELEASE

1. CONVERSATIONAL

- Ketika menulis naskah berita untuk media televisi, kita menulis untuk didengar. Ingat, televisi adalah media audio-visual, bukan media cetak. Pemirsa kita melihat (gambar/visual) dan mendengar (suara/audio), bukan membaca naskah berita seperti membaca koran.

5C DALAM VIDEO NEWS RELEASE

2. CLEAR

- Batasi kalimat untuk satu gagasan saja.
- Jangan menggunakan bahasa jargon atau *slang*, yang hanya dikenal kalangan tertentu.
- Hindari susunan kalimat yang rumit.
- Jangan terlalu banyak menyebutkan angka.

5C DALAM VIDEO NEWS RELEASE

3. CONCISE

- Gunakan kalimat-kalimat yang bersifat pernyataan (deklaratif).
- Tulislah kalimat-kalimat yang pendek. Menurut hasil riset, kalimat pendek lebih mudah dipahami dan lebih kuat, ketimbang kalimat-kalimat panjang. Sebetulnya tidak ada aturan wajib tentang panjang kalimat yang dibolehkan. Namun, cobalah membatasi agar setiap kalimat yang Anda tulis tidak lebih dari 20 kata.

5C DALAM VIDEO NEWS RELEASE

4. COMPELLING

- Tulislah dalam bentuk kalimat aktif. Para penulis berita menggunakan kalimat aktif karena lebih kuat dan lebih menarik. Selain itu, kalimat aktif juga lebih pendek daripada kalimat pasif.

5C DALAM VIDEO NEWS RELEASE

5. CLICHÉ FREE

- Kalimat atau pernyataan klise adalah pernyataan yang sudah terlalu sering digunakan di media. Pernyataan klise mungkin tidak akurat dan salah arah.

MENULIS SKRIP

- Skrip adalah serangkaian petunjuk untuk siapa pun yang merekam video, apa yang seharusnya terjadi dengan elemen visual dan audio.
- Format paling mudah sebagai berikut:

Visual	Audio
<i>Medium shot</i>	<i>Natural sound: suara air terjun</i> <i>Voice-over</i> menjelaskan keindahan Niagara Falls

MENULIS SKRIP

- Berbicara langsung kepada *audiens*: orang-orang lebih suka diajak bicara daripada mengikuti pembicaraan.
- Tulislah dengan cara Anda akan mengatakannya: *audiens* tidak akan membaca skrip Anda. Jadi tulislah apa yang sebenarnya ingin dikatakan, bukan apa yang terlihat terbaik di atas kertas.
- Baca skrip Anda dengan keras. Ini adalah satu-satunya cara untuk mengetahui apakah dialog Anda terdengar alami. Jika Anda membuat perubahan, bacalah dengan keras lagi.

- HeForShe Champions | *Global Leaders For Gender Equality*
 - <https://www.youtube.com/watch?v=jf-C-Ut2fr4>

Thank You