BAB.IV
PUBLISITAS PR LEWAT
EMAIL (*ELECTRONIC MAIL*)

DEFINISI EMAIL

Electronic Mail adalah salah satu fasilitas atau aplikasi yang paling banyak digunakan di Internet. Hal ini karena Email merupakan alat komunikasi yang paling murah dan cepat. Dengan Email kita dapat berhubungan dengan siapa saja yang terhubung ke Internet ke seluruh dunia dengan biaya pulsa local (bila kita menggunakan line telepon atau ISDN). Email menggeser penggunaan telepon dan fax dimasa kini.

Konsep Email adalah seperti kita mengirim surat dengan pos biasa, di mana kita mengirimkan ke kantor pos dengan dibubuhi alamat yang kita tuju. Dari kantor pos tersebut akan disampaikan ke kantor pos yang terdekat dengan alamat yang dituju dan akhirnya sampai ke alamat tersebut. Dan si penerima hanya membuka kotak pos-nya saja yang ada di depan rumah. Disini si pengirim tidak tahu apakah si orang yang dituju tersebut sudah menerima surat tersebut, sampai surat itu dibalas.

Dengan Email data dikirim secara elektrnik sehingga sampai di tujuan dengan sangat cepat. Juga kita dapat mengirim file-file berupa program, gambar, graphic dan lain sebagainya. Kita juga dapat mengirim ke lebih dari satu orang sekaligus pada saat bersamaan.

Email tidak lepas dari dunia bisnis maupun gaya hidup apalagi dalam konteks cyber PR. Mengingat Email juga merupakan sarana yang efektif untuk membangun dan meruntuhkan reputasi.

Agar member kesan bagus bagi para prospek dan pelanggan, saat ini banyak perusahaan yang menitikberatkan usahanya pada call center yang baik serta cara menjawab telepon yang baik. Selain itu, mereka juga berjuang bagaimana caranya agar calon pelanggan yang menelepon tidak merasa di pingpong kesana sini. Namun mereka lupa atau sering menganggap sepele bahwa cara menulis email yang salah atau terlalu lama dalam menjawab pertanyaan melalui email yang masuk akan meruntuhkan reputasi yang telah dibangun secara offline dengan susah payah dan biaya mahal.

Hamper semua perusahaan yang ingin menekan biaya komunikasi pasti akan menggunakan email sebagai alat komunikasi, membangun komunitas online, menjual produk dan menyediakan costumer service yang baik.

MEMBUAT PESAN – PESAN EMAIL YANG EFEKTIF

1. *Perhatikan Subject Line*

   Subject line merupakan bagian biasanya dilihat terlebih dahulu sebelum kita membuka Email, karena buatlah subject line yang menarik/memikat. Subject line hendaknya singkat, namun menggoda. Jangan terlalu panjang karena beberapa orang menyetel program pembaca emailnya agar tidak terlalu lebar pada waktu mereka mengintip semua email yang masuk ke inbox. Subject line mirip dengan headlinenya surat kabar. Kebanyakan orang akan membaca terlebih dahulu headlinenya pada waktu membaca surat kabar, baru membuka isinya. Prinsip ini berlaku juga buat email, banyak penerima hanya akan membuka dan membaca email mereka setelah subject line-nya menggoda rasa ingin tahu mereka.

   Beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam membuat subject line :

   - Subject line hendaknya singkat, namun menggoda rasa ingin tahu penerima email.
   - Subject email harus jelas dan tidak terlalu komplet. Cukup tampilkan kata – kata yang esensial sehingga bisa memberikan gambaran mengenai isi Email.
   - Jika pesan yang bersifat kritis atau segera, mulailah subject pada email anda dengan kata **Urgent**. Istilah lain yang bisa digunakan misalnya REQ untuk Request, FYI untuk For Your Information.
   - Jangan mirip iklan
   - Hendaknya positif
   - Taru kata – kata yang paling penting terlebih dahulu
   - Tonjolkan manfaat yang paling penting
   - Tarik perhatian mereka dengan kata – kata yang bakal mendorongnya untuk bertindak
   - Bangun kredibilitas bisnis
   - Jika anda tahu nama penerima email, sapa nama ,ereka di Subject line
   - Jangan memnggunakan huruf besar , penggunaan huruf besar sama artinya dengan berteriak, terkesan kurang ajar dan tidak hormat.

2. *Gunakan nama pribadi*

   Agar terkesan pribadi, gunakan nama anda. Masukan nama anda di alamt email anda (missal: imam@kurniawancenter.com atau imam_kurniawan@yahoo.com) sehingga orang yang menerima email anda baik yang sudah kenal maupun yang belum kenal akan merasa mereka berkomunikasi dengan manusia hidup bukan dengan entitas tidak bernyawa, seperti nama

departemen atau divisi. Namun, mereka tidak akan merasa bahwa email itu khusus ditujukan kepada mereka.

3. *Penulisan isi Email*

Isi pesan anda haruslah difokuskan pada suatu topic. Jika anda ingin memasukkan topic lain, lebih baik kirimkan topic tersebut ke dalam email yang berbeda.

Beberapa pengingat dalam penulisan isi Email :

- Tulislah email seperti menulis surat resmi yaitu dengan menggunakan ejaan yang bagus, huruf besar, dan huruf kecil.
- Kata – katanya terlalu formal
- Isi email langsung ke pokok masalah. Email yang terlalu panjang dengan informasi yang selengkap mungkin belum tentu baik, kita harus mengsikapi bagaimana informasi yang ada adalah cukup yang dibutuhkan dalam penyampaian suatu materi. Buatlah palagraph yang singkat – tidak lebih dari lima baris, setiap baris tidak lebih dari 75 karakter dengan front standar.
- Buatlah palagraph pertama berisi tema dan maksud mengapa anda mengirim emal.
- Pada waktu anda member rujukan alamat URL suatu situs web, tambahkan http:// sebelum kata www sehingga si penerima langsung dapat menklik link tersebut.
- Hindari penggunaan font dan grafik atau gambar yang tidak kompatibel karena tidak semua program email dapat membacanya. Gunakanlah template standar .txt dan font standar.
- Jika anda menulis email pada bahasa inggris, tulislah lebih dahulu di Ms.word mengingat Ms.word memiliki spelling checker. Setelah itu copy dan paste – kan ke email anda.
- Hati – hatilah sebelum mengirim email, periksa kata – kata dan ejaan mengingat email mudah di forward dan menyebar kepada orang lain sehingga dapat mempengaruhi reputasi anda.
- Mintalah penerima email merespon atu berbuat seperti yang anda kehendaki (call action). Biasanya, jika diminta, mereka akan berupaya memberikan tanggapan.
- Pada waktu menjawab email, jangan kirimkan lagi pembicaraan sebelumnya yang terbawa oleh email, apalagi kepada penerima lain. Gunakan email baru, sehingga isi email y6ang baru dan alamat – alamat email lainnya tidak disalahgunakan.
- Adakalanya email dikirim serta engan doumen lain sebagai lampirannya yang biasa di sebut attachments. Jika anda mendapatkan email yang berisi lampiran (attachments), sebaiknya anda tidak membuka langsung email tersebut. Email yang berisi attachments dan tidak pernah

anda minta sebelumnya, perlu diwaspadai, karena bisa saja lampiran yang dikirimkan tersebut adalah berupa virus komputer.

4. *Strategi mengamankan Email*

   Jika anda tidak hati – hati dalam menggunakan email kepada peminta email, anda bisa – bisa akan di kirim berbagai email sampah. Untuk menghindarinya, mari kita atur strategi untuk meminimalisasi hal tersebut :

   - Hindari penulisan email pada situs – situs yang tidak aman, atau situs – situs yang tidak penting dan tidak bertanggung jawab.
   - Jika anda diminta untuk menuliskan email pada situs – situs yang anda ragukan, gunakanlah email cadangan anda yang khusus digunakan untuk hal – hal tersebut.
   - Jika ada permintaan untuk mengirimkan email terhadap fasilitas yang mereka tawarkan, pikirkan matang – matang, sebelum anda mengisikan alamat email anda tersebut.

5. *Menghadapi email tipuan*

   Email bohong yang bernada tipuan atau hoex banyak di internet. Email bohong bisa tiba – tiba masuk ke mailbox siapapun. Setidaknya ada empat macam email hoax :

   - Foto palsu
   - Syrat berantai dengan isi beragam, baik ancaman, permintaan atau janji untuk memberikan uang.
   - Cerita bohong.
   - Phising, ini berbahaya, jenis kegiatan baru yang berniat mendapatkan data pribadi yang penting tentang rekening anda disebuah bank dengan berpura – pura mengirim email dari bank besar.

Menyikapi Hoax

- Anggap cerita dan foto bohong sebagai hiburan
- Hidari mem-forward pesan tersebut keteman – teman anda. Tahan niat untuk mengirimnya pada teman
- Skeptic, jangan terlalu peduli.
- Kerjakan saja pekerjaan anda dan jika tidak punya pekerjaan dan penasaran, cek saja kebenaran pesan tersebut.

6. Membangun merk melalui email

   Apaila anda ingi sukses membangun email untuk menaikkan citra reputasi yang baik, kita harus menghormati privasi penerima. Karenanya kiat perlu hati – hati mengirimkan email kepada orang yang tidak kita kenal atau yang tidak meminta dikirimi email.

   Agar orang yang berkunjung ke web anda mau meminta informasi melalui email dari anda, kuncinya adalah anda harus memberikan suatu yang bernilai atau diminati oleh target pengunjung situs web anda.

   Ada beberapa taktik yang dapat dikembangkan untuk membuat para pengunjung yang adalah target public anda meminta anda berkomunikasi melalui email kepada mereka.

   Beberapa contoh frase yang biasa digunakan dalam beberapa situs:

   - Klik di sini untuk mendapatkan inormasi lengkap tentang music
   - Masukkan email anda untuk mendapatkan newsletter secara rutin
   - Klik disini untuk mendapatkan informasi harian heroskop anda
   - Masukkan email anda untuk mendapatkan trik – trik menarik seputar etika
   - Dsb

Anda harus lebih kreatif lagi untuk membuat sebuah frase yang dapat menarik pengunjung situs anda, buatlah penawaran menarik disetiap web anda. Bertekadlah untuk memberikan manfaat terlebih dahulu kepada audience anda sebelum melakukan penjualan.

Perlu diingat :

Penggunaan email akan meningkatkan citra dan reputasi anda, tetapi juga dapat menurunkan atau menjatuhkan citra dan reputasi anda.

Sumber :

Onggo, Bob Julius, 2004, Cyber Public Relations, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Febrian, Jack,2005. Menggunakan Internet, Bandung : Penerbit Informatika.