

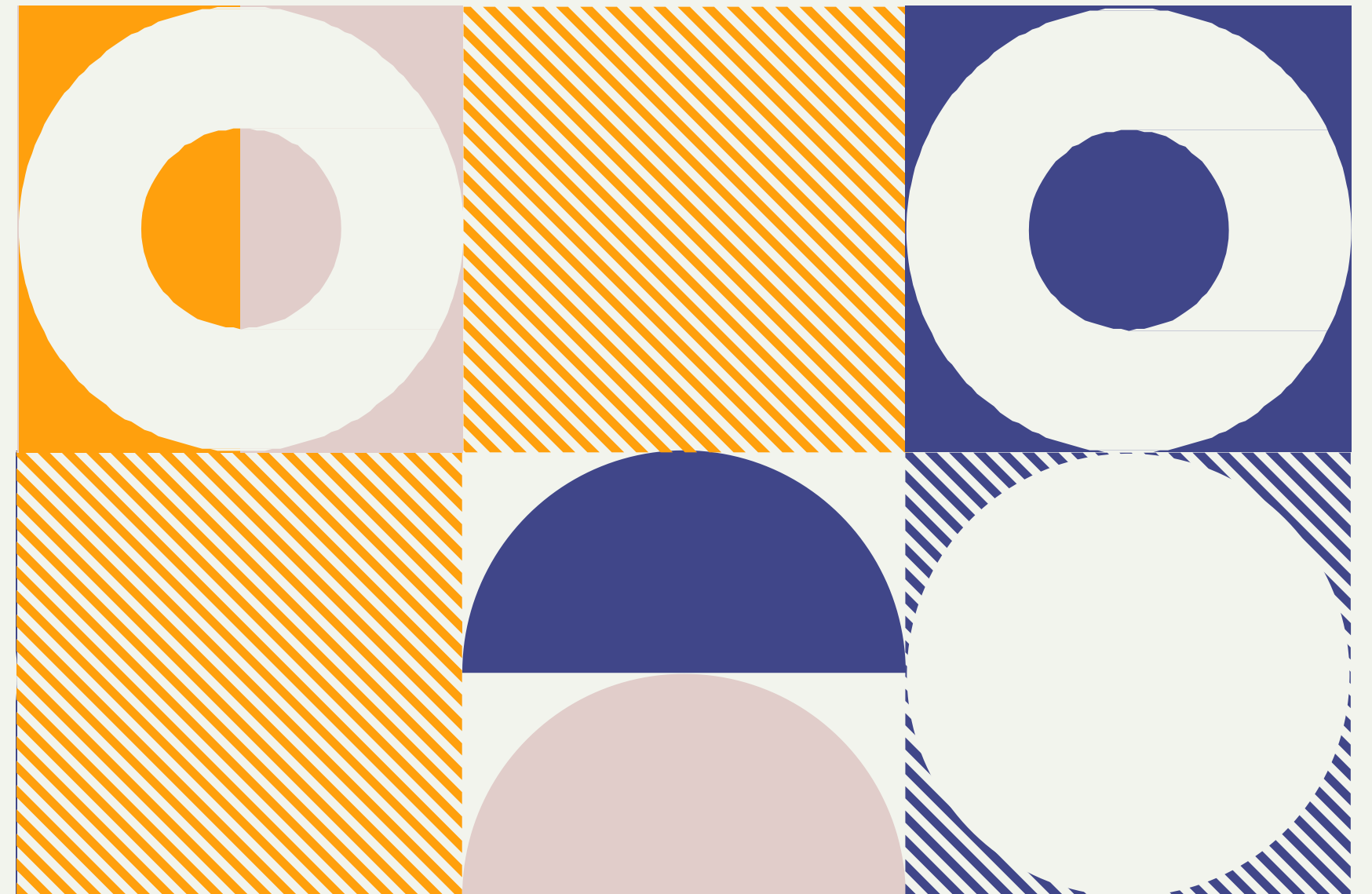
PUBLIC RELATIONS RIGHTS AND OBLIGATION

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Presented by

Fathiya Nur Rahmi, . M.I.Kom

Fathiya.rahmi@upj.ac.id



TODAY'S AGENDA

- Menjelaskan mengenai definisi hak dan kewajiban.
- Menjelaskan jenis-jenis hak dan kewajiban dalam profesi public relations.
- Menjelaskan mengenai konflik kepentingan dalam hak dan kewajiban public relations.
- Case study (dibahas melalui forum di Collabor).



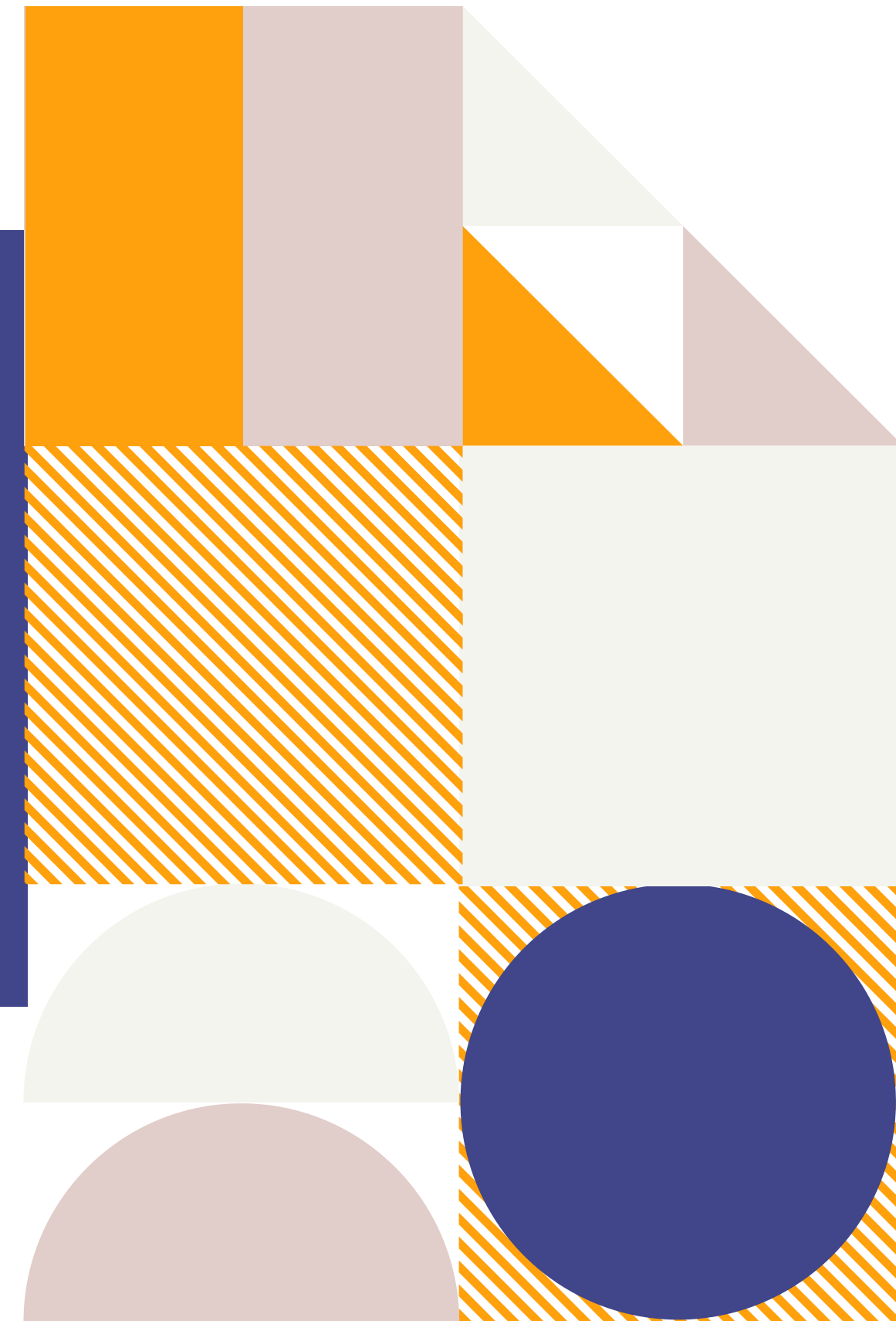
CAPAIAN PEMBELAJARAN

Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan hak dan kewajiban Hubungan Masyarakat.



HAK (RIGHTS)

Adalah klaim yang sah atau klaim yang dapat dibenarkan.



JENIS-JENIS HAK

Hak Legal

Hak legal adalah hak yang didasarkan atas hukum dalam salah satu bentuk. Hak-hak legal berasal dari undang-undang, peraturan hukum atau dokumen legal lainnya.

Contoh: seorang pegawai konsultan PR mendapatkan tunjangan setelah pension sesuai dengan syarat yang berlaku sesuai dengan kontrak kerja.

Hak Moral

Hak moral didasarkan atas prinsip atau peraturan etis.

Contoh: Misalnya, seorang pengusaha membayar pekerja wanita lebih rendah padahal kinerjanya lebih bagus dibandingkan pekerja pria. Maka majikan tersebut melakukan hak legal namun melanggar hak moral.

(Kompas.com, 2019)



JENIS-JENIS HAK

Hak Umum

Hak umum dimiliki manusia bukan karena hubungan atau fungsi tertentu, melainkan semata-mata karena ia manusia. Hak ini dimiliki oleh semua manusia tanpa kecuali.

Contoh: Hak asasi manusia.

Hak Khusus

Timbul dalam suatu relasi khusus antara beberapa manusia atau karena fungsi khusus yang dimiliki orang satu terhadap orang lain.

Contoh: klien dari Agency PR mendapatkan penjelasan yang konkrit mengenai prospek strategi komunikasi, dampak bagi organisasinya hingga resiko dari program tsb. Hal ini menunjukkan hak yang didapatkan oleh klien Agency PR itu tercipta karena adanya relasi terkait project kerja.



HAK PROFESI PUBLIC RELATIONS

Hak Privasi

Adalah kebebasan individu dalam melakukan tindakan pribadi (tidak ada unsur profesi di dalamnya)

Contoh: dalam kehidupan masyarakat yang demokratis setiap orang memiliki kebebasan berpendapat, hak untuk mengutarakan pendapat itu dilindungi oleh peraturan yang ada sehingga seorang mendapatkan kebebasan dalam melakukan hal yang bersifat pribadi tanpa adanya rasa terancam.

Hak Profesional PR

Hak untuk dilindungi dalam menjalankan aktivitas PR.

Contoh: dalam melakukan press conference sebuah krisis perusahaan seorang PR Officer dilindungi haknya dalam memberikan informasi bagi publik, menjawab pertanyaan wartawan, bahkan dalam penyusunan press release.

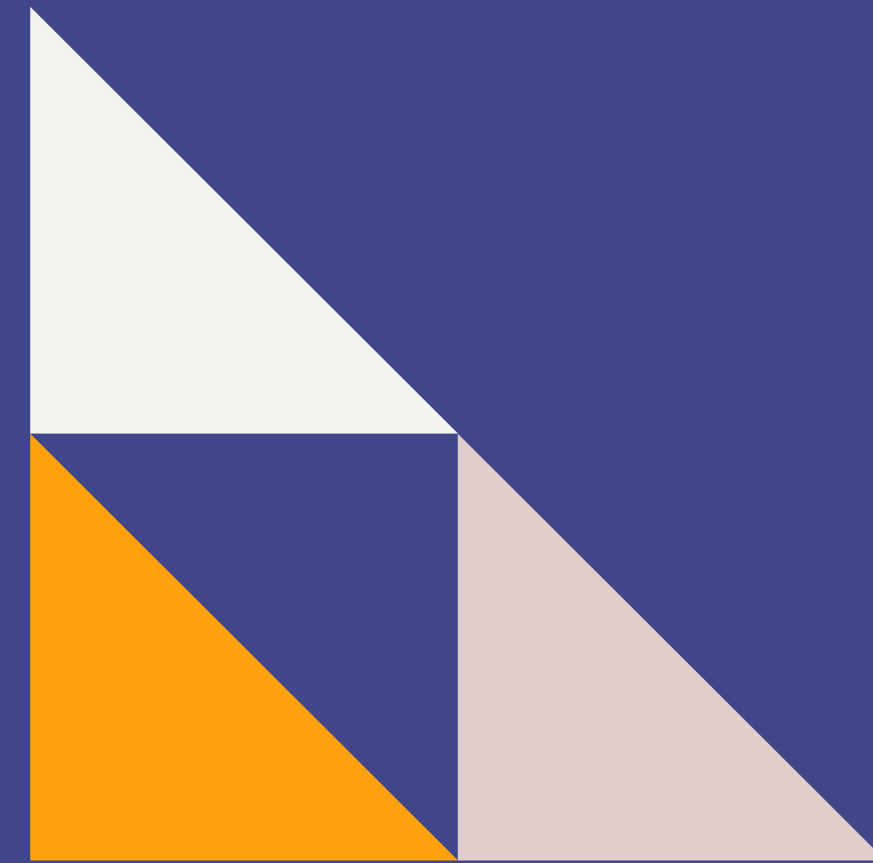


KEWAJIBAN PROFESI PUBLIC RELATIONS

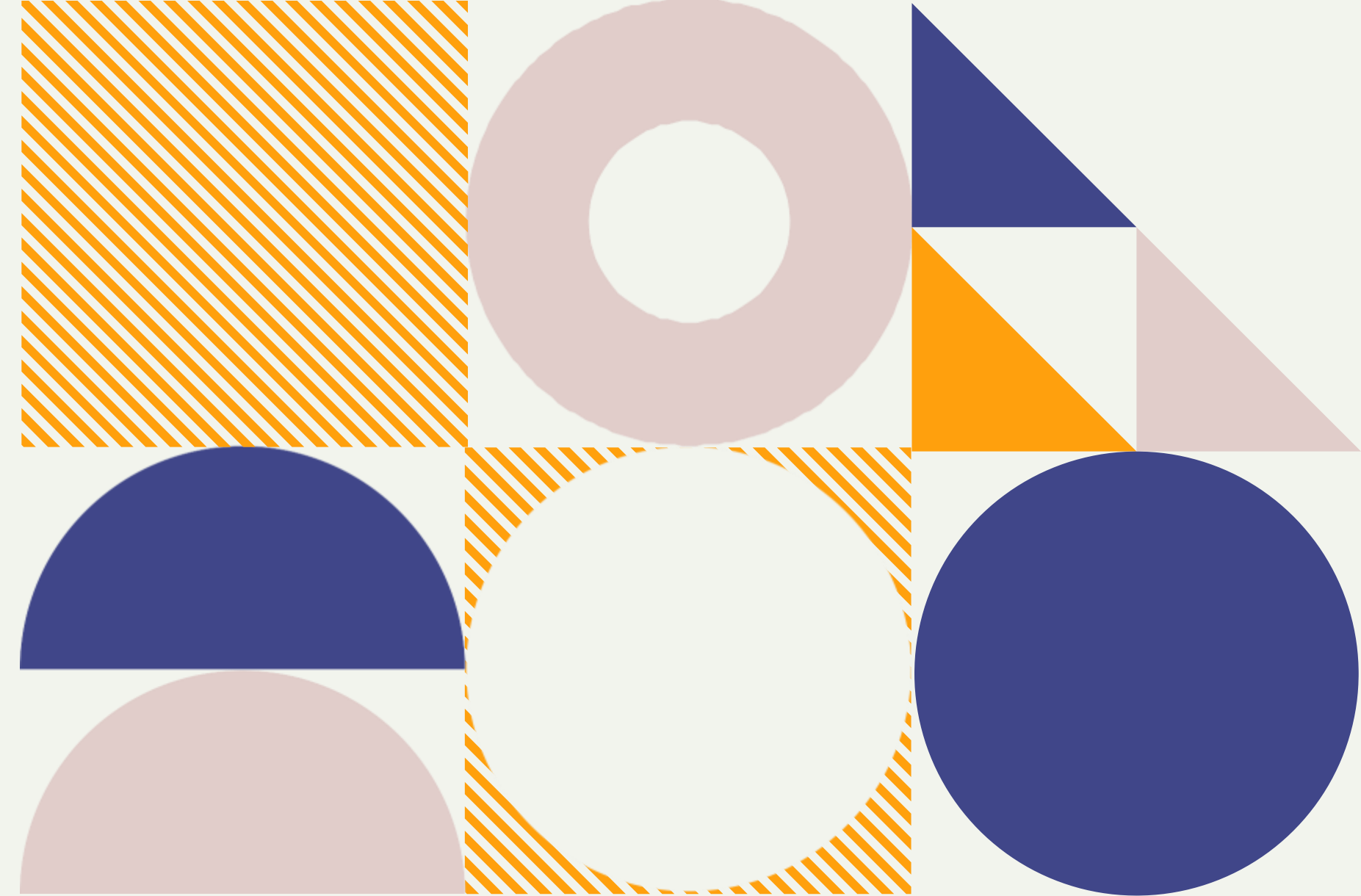
- Serve the public interest
- Adhere to the highest standards of truth and accuracy
- Acquire and responsibly use specialized knowledge
- Provide objective counsel
- Deal fairly
- Act promptly to correct erroneous communication

PROPERTY FEATURES

Seorang PR Officer berkewajiban untuk melayani kepentingan publik dengan bertanggungjawab pada mereka yang diwaliki oleh perusahaan / agency PR.



ADHERE TO THE HIGHEST STANDARDS OF TRUTH AND ACCURACY



Mengedepankan kebenaran dan akurasi dalam menjalankan berbagai kepentingan dari klien / organisasi secara professional.



PROVIDE OBJECTIVE COUNSEL

- Memberikan rekomendasi/saran yang objektif pada publik yang diwakili oleh PR Officer, seperti meminta maaf atau mengakui kesalahan.
- Praktisi PR harus mempertimbangkan segala konsekuensi aktivitas PR yang dilakukan dan dipertimbangkan secara objektif.

DEAL FAIRLY

Berlaku adil pada seluruh pihak yang berkaitan dengan pelaksanaan program PR. Seperti dengan klien, pemberi kerja, pesaing, rekan kerja, vendor, media, dan masyarakat umum.

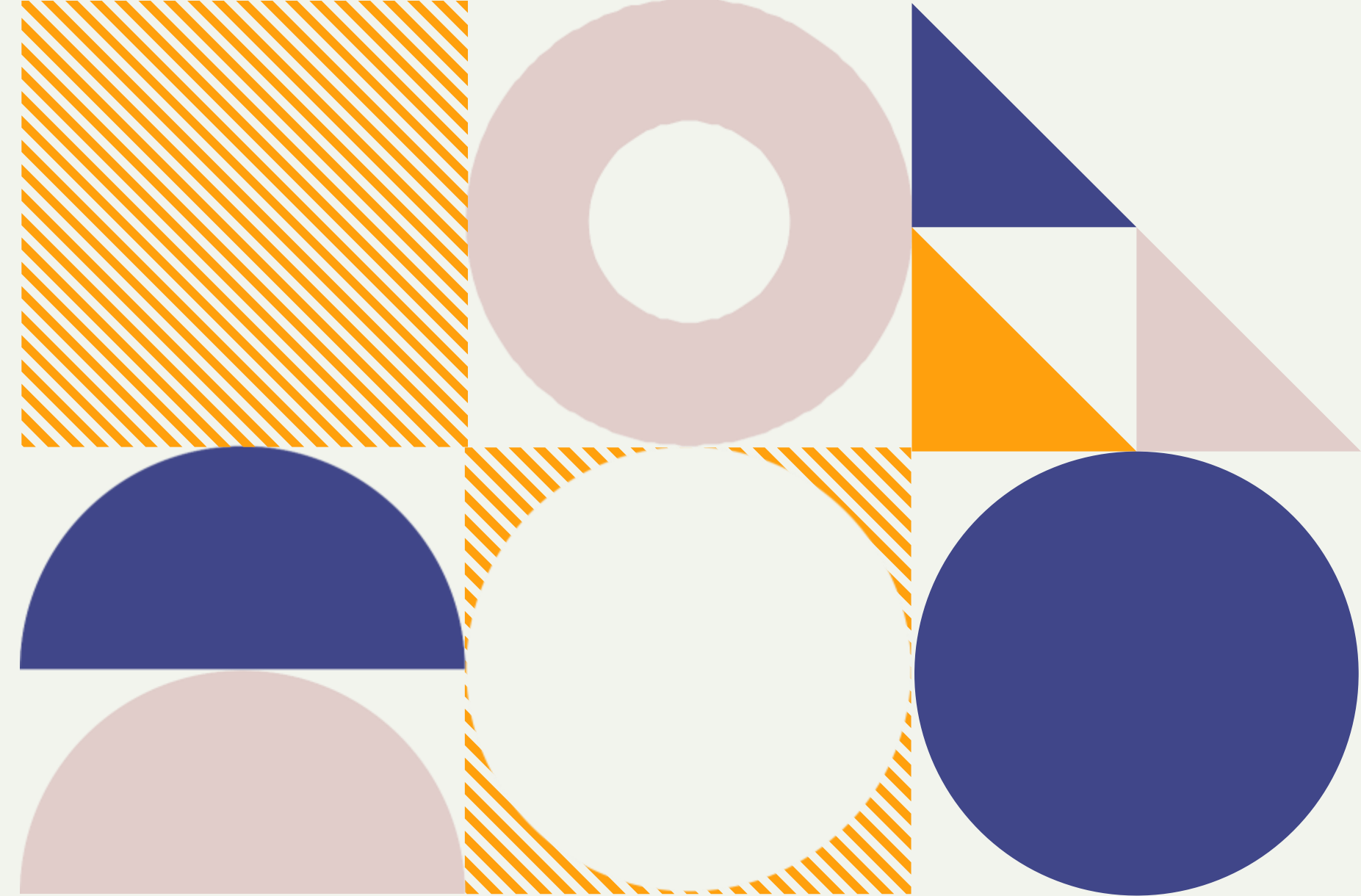


ACT PROMPTLY TO CORRECT ERRONEOUS COMMUNICATION

Bertindak segera untuk memperbaiki komunikasi yang salah yang menjadi tanggung jawab firma PR atau profesional. Sekali lagi, kegagalan dalam memperbaiki komunikasi dapat menimbulkan sanksi etika dan hukum.



ADHERE TO THE HIGHEST STANDARDS OF TRUTH AND ACCURACY



Mengedepankan kebenaran dan akurasi dalam menjalankan berbagai kepentingan dari klien / organisasi secara professional.

A decorative graphic on the left side of the slide. It consists of a large blue circle on an orange square background in the top right. Below it, a light pink semi-circle is set against a background of orange and white diagonal stripes. The bottom part of the graphic is a white semi-circle on a white background.

NEGATIVE OBLIGATIONS

- Do not plagiarize
- Do not give or receive gifts
- Do not violate intellectual property rights
- Do not employ deceptive practices
- Avoid conflicts of interest



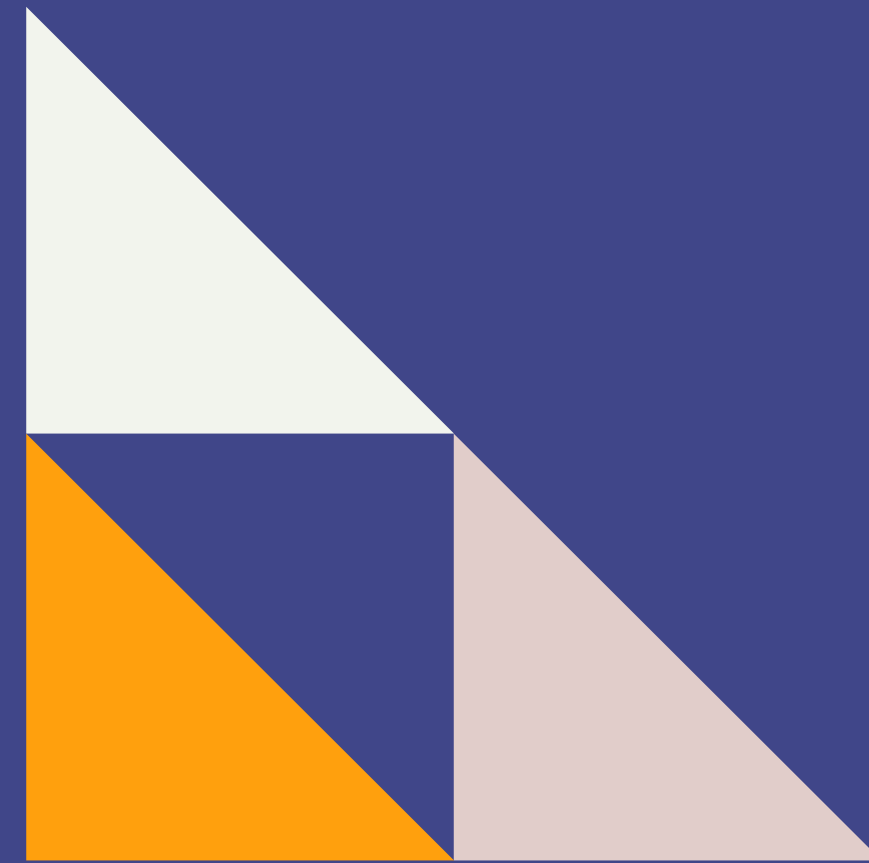
DON'T PLAGIARIZE

Never, ever, ever represent someone else's work as your own.

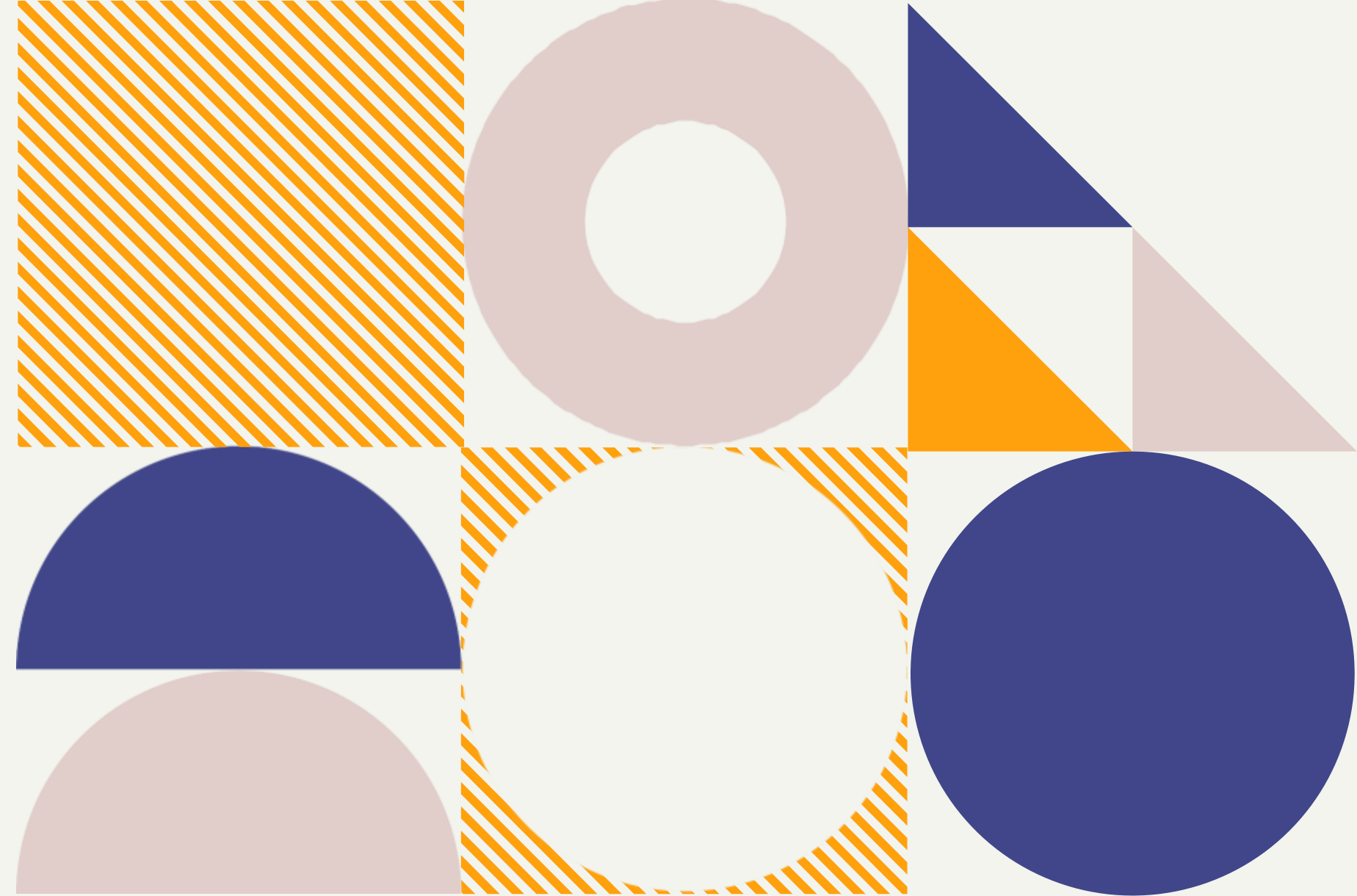
Dalam melakukan kegiatan PR, segala tindakan plagiarisme sangat terlarang dan tidak diperbolehkan untuk mengakui karya / pekerjaan orang lain sebagai hasil karya sendiri.

DO NOT GIVE OR RECEIVE GIFTS

Dilarang menerima hadiah dalam bentuk apapun yang dapat memengaruhi informasi di dalam pesan di luar batas hukum.



DO NOT VIOLATE INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS



Artinya, tidak membagikan informasi persaingan membocorkan informasi hak milik, dan mengambil informasi rahasia dari perusahaan lain. Hal tersebut merupakan pelanggaran hukum dan etika.



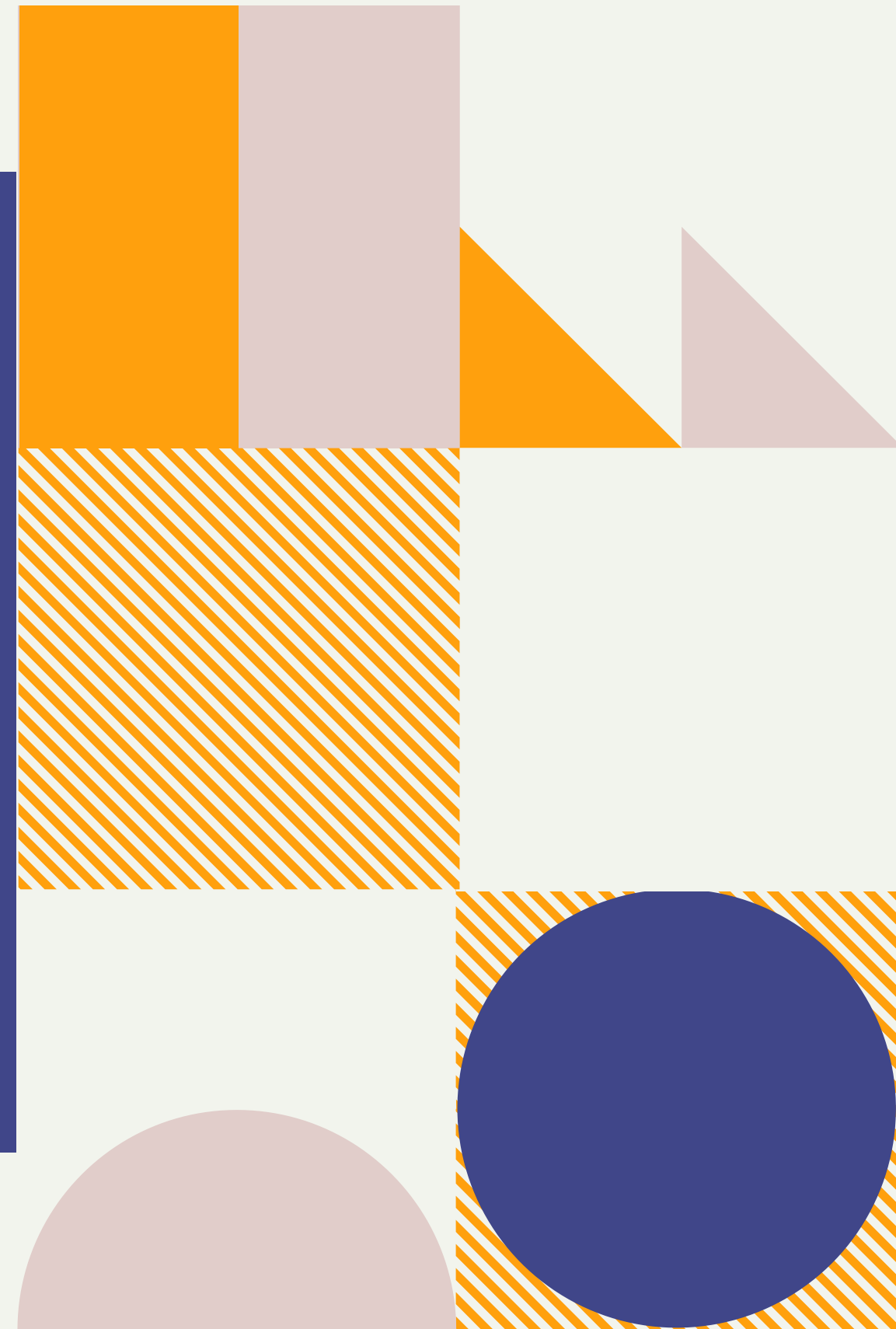
DO NOT EMPLOY DECEPTIVE PRACTICES

Dilarang melakukan praktik penipuan. Misalnya dengan meminta seseorang seolah menjadi sukarelawan untuk berbicara dalam sebuah audiensi publik. Atau tindakan lain yang tidak mengindahkan nilai kejujuran.

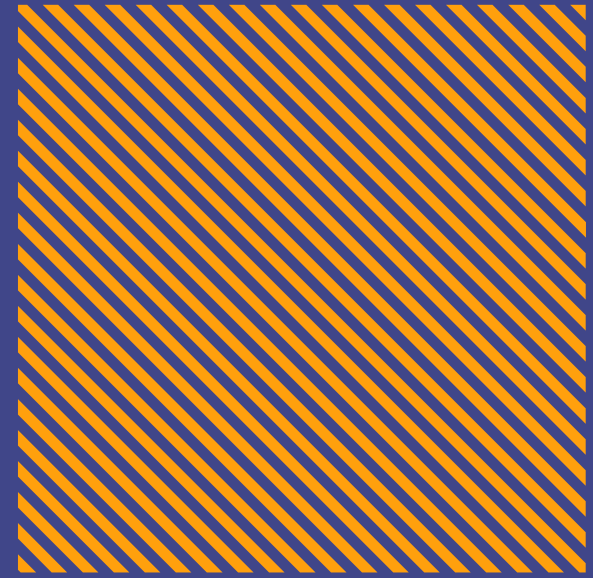
AVOID CONFLICTS OF INTEREST

Hindari konflik kepentingan.

Para profesional PR dan firma harus mendorong klien dan pelanggan serta kolega dalam profesinya untuk memberi tahu semua pihak yang terkena dampak ketika konflik kepentingan muncul.



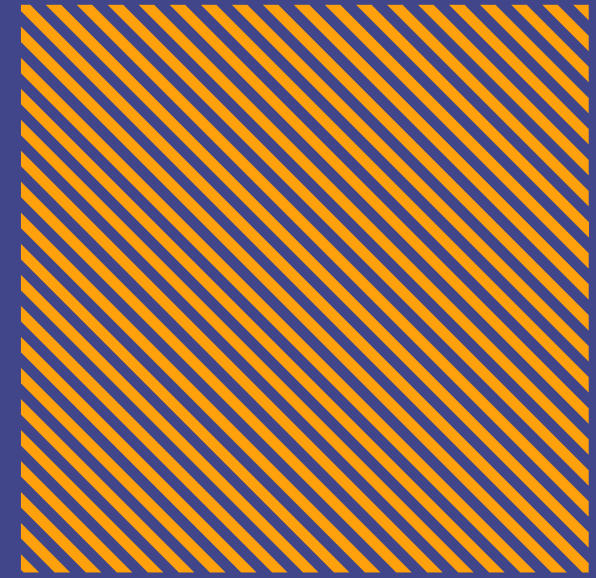
CASE STUDY



ANALISIS SITUASI MENGENAI NEGATIVE OBLIGATIONS (PLAGIARISM)

- Posisikan diri sebagai PR Agency.
- Salah satu klien terbesar yang merupakan perusahaan penerbangan Internasional meminta untuk menulis naskah pidato dalam sebuah konferensi.
- Namun, klien Anda memiliki kepentingan bagi perusahaan melalui pesan yang disampaikan pada konferensi tersebut. Bahkan pesan yang disampaikan bisa berdampak negatif bagi persaingan maskapai penerbangan.
- Dalam menyusun naskah pidato tersebut Anda diharuskan menyelesaikannya dalam waktu singkat.
- Di tengah penyusunan naskah, menemukan video di youtube mengenai naskah pidato dengan topic yang sama.

Sumber: <https://www.prsa.org/docs/default-source/about/ethics/ethics-case-studies/ethics-case-study-plagiarism.pdf>



SHARING SESSION

- Posisikan diri Anda sebagai PR Agency tersebut.
- Apa yang akan Anda lakukan?
- Kaitkan dengan hak dan kewajiban sebagai seorang PR.
- Berikan pendapatmu di forum diskusi Collabor.



ANY QUESTIONS?

LET'S DISCUSS AT COLLABOR'S FORUM

fathiya.rahmi@upj.ac.id

