

Profesi PR : Kebenaran, kepercayaan dan kebijakan menjadi 'baik'

pertemuan ke 3

Untuk memahami hubungan antara mengatakan kebenaran dan kemampuan untuk memelihara hubungan saling percaya, kita perlu memeriksa Kebenaran, kepercayaan dan kebijakan. 'Baik' terdiri dari kepercayaan. Kamus Webster mendefinisikan kepercayaan sebagai 'kepercayaan yaitu percaya pada integritas, kejujuran, atau keadilan orang lain; kepercayaan; iman'.

Secara jelas mendefinisikan hubungan antara kebenaran dan kepercayaan. Jika kita tidak mengatakan yang sebenarnya, maka publik setelah mereka menyadarinya, akan sulit mempercayai kita. Jika publik tidak mempercayai, maka hubungan itu akan memburuk. Sesederhana itu. Namun, yang kurang sederhana adalah menentukan apa arti kebenaran sebenarnya dalam bisnis saat ini

Kita memiliki kewajiban untuk mengatakan yang sebenarnya - dalam segala situasi. Dalam dunia bisnis saat ini, tampak jelas bahwa mengatakan kebenaran kadang dibayangi oleh tugas-tugas lain. Kita telah menetapkan fakta bahwa mengatakan yang sebenarnya, seluruh kebenaran . Banyak yang percaya kebenaran adalah untuk ruang sidang dan bahwa kadang kita memiliki kewajiban untuk menahan informasi untuk melindungi orang lain, sebuah keputusan yang jelas membutuhkan keputusan seperti dalam pengadilan, tetapi kapan pun terjadi.

BATAS TANGGUNG JAWAB ORGANISASI

Kisah hubungan masyarakat ini dimulai dengan rilis berita yang dikeluarkan oleh kantor PR dari perusahaan obat yang bersangkutan, penemu obat 'baru'. Rilis berita tersebut sebagian berbunyi: 'Menghilangkan rasa sakit dan melumpuhkan gejala sendi dari lima penyakit rematik , sekarang mungkin terjadi dengan satu obat anti inflamasi yang telah ditemukan lebih baik dalam toleransi daripada aspirin. 'Belakangan dalam rilisnya, wakil presiden senior untuk teknologi sains menyebut obat tersebut sebagai 'kemajuan besar' yang akan membawa manfaat bagi 'pasien yang jauh lebih luas'.

Kisah-kisah berita yang kemudian meliput 'kemajuan besar' ini tidak disukai oleh komunitas medis yang melihat liputan itu sangat dilebih-lebihkan dan mendapati diri mereka, tanpa pemberitahuan sebelumnya tentang obat ini, menjelaskan kepada pasien yang putus asa bahwa aspirin ini bukanlah peluru ajaib buat mereka.

Rilis tersebut bahkan memicu korespondensi di New England Journal of Medicine, di mana seorang dokter menulis, ' kita yakin perusahaan memiliki tanggung jawab untuk tidak mengizinkan jenis penipuan ini'. Apakah dia benar? Apakah ini tipuan? Apa batasan tanggung jawab organisasi? Dan apa implikasinya terhadap kepercayaan yang berkelanjutan dalam hubungan antara perusahaan dan salah satu publik terpentingnya (dalam hal ini dokter)?

Fakta terpenting dalam situasi ini adalah bahwa rilis berita akurat secara faktual. Tidak ada kebohongan; informasinya adalah kebenaran.

Tetapi ini masih belum menjawab pertanyaan apakah penipuan telah terjadi atau tidak. Meskipun sudah menjadi praktik umum di industri farmasi untuk mengumumkan peluncuran obat baru dengan keriuhan yang cukup besar, termasuk rilis media dan konferensi, jarang terjadi - terutama pada saat berita ini muncul - bagi mereka untuk mengumumkan peluncuran formulasi baru obat yang tidak jauh berbeda dari produk pesaing. Penderita arthritis, masyarakat yang rentan jika pernah ada, menafsirkan keriuhan dengan cara yang dapat diprediksi - mereka berbondong-bondong ke dokter mereka untuk mencari peluru ajaib ini hanya disambut oleh dokter yang gagal melihatnya seperti itu

Kritikus media Morris Wolfe sering dikutip untuk pengamatannya 'Lebih mudah dan lebih murah untuk mengubah cara orang berpikir tentang realitas daripada mengubah kenyataan.' Joel Bleifuss, menulis tentang industri hubungan masyarakat di Utne Reader, menyarankan 'Memanipulasi Persepsi publik tentang realitas membutuhkan keterampilan khusus.'

Tentu saja, ia berpendapat bahwa orang yang memiliki keterampilan manipulatif khusus tersebut adalah praktisi PR. Ini adalah salah satu situasi di mana mengatakan yang sebenarnya tidak cukup dan penerapan istilah manipulatif mungkin diperlukan. Organisasi akan mudah menyalahkan media atas interpretasi mereka terhadap rilis berita. Nyatanya, ini selalu jalan keluar yang mudah. Tapi jalan keluarnya yang mudah jarang menjadi contoh dalam melakukan hal yang benar meskipun tidak ada yang melihat.

Jelasnya, ada kalanya dalam karir setiap praktisi PR ketika media melakukan kesalahan. Sayangnya, meskipun pesan tersebut tidak berada dalam kendali PR, hasilnya adalah publik yang kepercayaannya kepada Anda sebagai PR dan organisasi mulai menurun. Untuk mulai melihat bagaimana PR dapat menangani landasan etika ini, penting untuk mempertimbangkan pihak yang menjadi kewajiban kita, sebagai praktisi hubungan masyarakat.

TO WHOM ARE YOU LOYAL?

Kita mungkin mendefinisikan loyalitas sebagai 'konstituen kepada siapa praktisi PR berhutang tugas dan yang, sebagai gantinya, menaruh kepercayaan pada praktisi'. Sekali lagi masalah kepercayaan muncul di kepalanya. Meskipun benar bahwa ketika menghadapi situasi PR tertentu, kita mungkin menganggap setiap publik sebagai 'loyalitas' yang menjadi kewajiban, secara umum ada empat loyalitas utama dalam praktik PR sehari-hari. Salah satu tugas pertama yang mungkin muncul di benak kita adalah tugas untuk majikan atau klien. Kita mengambil posisi tertentu dengan kontrak, baik tertulis maupun tersirat. Anda melakukan pekerjaan tertentu dan pemberi kerja atau klien menyediakannya dengan kompensasi moneter. Adalah hubungan yang sederhana jika dimasukkan dalam istilah-istilah ini. Namun, sejauh mana kita sebagai PR perlu setia dalam keadaan seperti ini? Jika pimpinan organisasi mengatakan lakukan sesuatu, apakah kita sebagai PR akan melakukannya secara membabi buta? Tanpa mempertimbangkan konsekuensi bagi orang lain atau diri kita sendiri? Apa yang terjadi ketika atasan atau klien mengharapkan kita melakukan sesuatu yang kita tahu akan mengikis kepercayaan orang lain?

Jika kita mempertimbangkan kasus obat yang baru, kita dapat mempertimbangkan secara khusus bahwa kesetiaan (kewajiban kita) kepada pimpinan yang memberi gaji mungkin saja bertentangan dengan tugas kita kepada orang lain seperti dokter dan pasien yang mempercayai organisasi dan produknya. Ini kemudian menjadi masalah menempatkan loyalitas kita dalam urutan prioritas - dan ini bukan peringkat tetap. Situasi dapat mengubah prioritas. Bahkan lebih penting secara etis daripada kewajiban kita kepada atasan atau klien adalah kewajiban kita kepada masyarakat. Inilah kunci tanggung jawab sosial. Dalam situasi pelepasan obat, pertimbangan harus diberikan pada dampak taktik komunikasi semacam ini terhadap tatanan sosial dan sejauh mana masyarakat dapat mempercayai organisasi yang dianggap menyesatkan.

Loyalitas lain yang mungkin kita pertimbangkan adalah kewajiban kita pada profesi. PR sebagai disiplin profesional memiliki citra publik yang kurang bersih di bidang etika. Saat kita bergerak maju dalam menghilangkan beberapa pendapat lama tentang bidang ini, kita memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa kita mempraktikkan profesi dengan cara yang etis.

Pertimbangan PR sebagai bidang profesional harus selalu ada di benak kita ketika mencoba membuat keputusan moral yang beralasan. Akhirnya, dan mungkin di mana kita memulai pemeriksaan kesetiaan ini, adalah tugas kita sendiri. Memang, beberapa orang percaya bahwa salah satu dilema etika yang paling umum, yang akan dihadapi semua praktisi PR di beberapa titik dalam karir mereka adalah harus membuat pilihan antara apa yang diminta oleh pemberi kerja atau klien dari mereka dan sebagai individu, dan apa yang mereka tahu benar berdasarkan sistem nilai pribadi mereka.

Juggling your loyalties

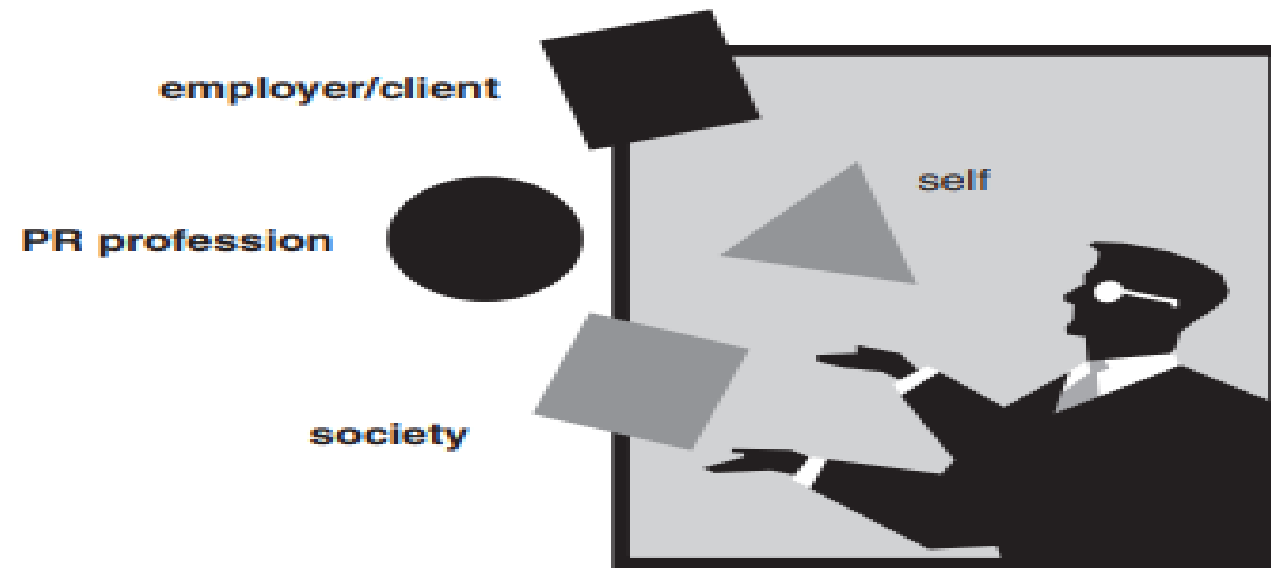


Figure 3.1 *Juggling your loyalties*

Dalam contoh lain, pertimbangkan instruktur hubungan masyarakat yang memberikan konseling karir kepada siswa yang lulus. Dia tahu dari pengalaman bertahun-tahun di industri bahwa siswa yang menyelesaikan program dua tahun setelah sekolah menengah, setelah lulus universitas atau beberapa tahun pengalaman kerja, tidak dipandang oleh calon pemberi kerja sebagai cukup dewasa dan oleh karena itu umumnya akan lebih sulit mendapatkan pekerjaan di bidang PR daripada teman sekelas mereka yang lebih tua dan lebih berpengalaman. Jadi, dia menasihati mereka untuk mempertimbangkan melanjutkan ke universitas dan menunda pencarian kerja. Bosnya memberi tahu dia bahwa dia tidak bisa melakukan ini karena bertentangan dengan kewajiban sekolah untuk memperlakukan semua orang dengan setara. Tugas instruktur kepada siswanya, yang jelas merupakan prioritas publik, setidaknya sama pentingnya dengan tugasnya kepada atasannya - oleh karena itu, dilema etika.

Jika kita mempertimbangkan ' Pilar hubungan masyarakat yang etis ' yang telah kita diskusikan, Anda mungkin memperhatikan bahwa ada potensi di sini untuk dilanggar salah satunya: tidak menyakiti.

Argumen yang kuat dapat dibuat di kedua file situasi perusahaan obat dan instruktur yang berpotensi membahayakan. Para pasien dapat dirugikan oleh kemungkinan harapan palsu, dan siswa dapat dirugikan jika mereka tidak diberikan informasi yang jujur dan benar berdasarkan pengalaman yang baik dari instruktur - pendekatan etis.

Kehidupan etis adalah tindakan penyeimbangan. Dan menyulap komponen sampai menemukan keseimbangan yang tepat adalah bisnis yang rumit. Jelas, publik harus bisa mempercayai kita. Memastikan bahwa organisasi kita tidak akan menyakiti mereka sangatlah penting untuk kepercayaan tersebut. Tetapi menemukan keseimbangan itu membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana Anda sebagai individu berpikir tentang etika.

VIRTUE MENJADI 'BAIK'

Penulis yang menulis tentang etika sering kali mengkategorikan orang menurut orientasi individual mereka terhadap pengambilan keputusan. Beberapa dari kita berorientasi pada pemikiran tentang hasil potensial, sementara yang lain lebih cenderung dipandu oleh proses dan aturan yang mereka yakini paling sesuai untuk membuat keputusan tersebut . Itu cara ketiga yang memandu pendekatan beberapa orang terhadap perilaku etis tidak difokuskan pada proses maupun hasil; melainkan pendekatan mereka mengambil panduan dari karakteristik pribadi yang dijunjung tinggi dalam hal 'melakukan hal yang benar'. Dengan kata lain, mereka mungkin menggunakan pertanyaan berikut untuk menentukan pendekatan etis terhadap suatu situasi: Jika saya adalah orang yang 'baik', apa yang akan saya lakukan? yang menimbulkan pertanyaan selanjutnya

Pendekatan ini disebut Etika Kebijakan dan salah satu pendukung paling awal adalah Aristoteles. Masalah dengan menjadi bijak dan bergantung padanya untuk panduan etis adalah menentukan apakah kebijakan etis itu. Aristoteles menyarankan bahwa jika Anda mempertimbangkan potensi ekstrem dari respons perilaku, maka menemukan jalan tengahnya mengidentifikasi pendirian yang bijak.

Profesor Thomas Bivins memberikan contoh berikut: '... jalan tengah antara pengecut dan kebodohan adalah keberanian. Artinya antara tidak tahu malu dan malu adalah kesopanan; dan antara kekikiran serta pemborosan terletak pada kemurahan hati'.

Jadi, jika kita mampu untuk mengidentifikasi serangkaian kebijakan yang akan membuat kita menjadi orang 'baik', dan kemudian berusaha untuk berperilaku sesuai dengan kebijakan tersebut, hasilnya adalah perilaku bijak - atau etis -, setidaknya dari sudut pandang etika kebijakan

'Kebijakan' adalah sikap, disposisi, atau karakter yang memungkinkan kita untuk menjadi dan bertindak dengan cara yang mengembangkan potensi ini. Mereka memungkinkan kita untuk mengejar cita-cita yang telah kita adopsi. Kejujuran, keberanian, kasih sayang, kemurahan hati, kesetiaan, integritas, keadilan, pengendalian diri, dan kehati-hatian adalah contoh tindakan bijak.

Pertimbangan tentang apa yang masing-masing dari kita sebagai individu percaya sebagai karakteristik - atau kebijakan - dari orang yang 'baik' dan yang kita miliki atau ingin kembangkan adalah latihan yang baik. Misalnya, kita mungkin bertanya pada diri sendiri: dengan orang seperti apa yang membuat saya ingin berinteraksi?

Dengan mengambil langkah lebih jauh, kita dapat mempertimbangkan sejauh mana karakteristik ini dapat memengaruhi perilaku etis kita yang sebenarnya dalam situasi tertentu. Apa pun yang kita lakukan untuk mengetahui moral kita dengan lebih baik adalah langkah untuk memastikan sikap etis kita baik dalam usaha pribadi maupun profesional. Pada akhirnya, sebuah organisasi moral, hanya bisa terjadi jika ia adalah kumpulan individu yang bermoral, jenis organisasi yang dapat dipercaya oleh publik