

Resiprositas dalam batas sebuah kajian budaya antar organisasi pada konsultan public relations plat dan media massa = Reciprocity in bounds a cultural study of organizational relations on plat public relations and mass media. / Deilika Chairina Haryadi

Deilika Chairuni Haryadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20388212&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRAK**

Hubungan antara PR (Public Relations) dengan jurnalis media secara ideal merupakan hubungan profesional yang saling membutuhkan. Hal ini disebabkan oleh PR yang membutuhkan pemberitaan klien mereka di media, dan jurnalis yang membutuhkan informasi untuk dapat diberitakan di media yang dapat menarik pembaca. Meskipun demikian, akibat keterbatasan kolom dan kriteria tersendiri yang dimiliki setiap media, maka media tidak dapat memuat seluruh informasi yang diberikan oleh PR. Atas alasan ini akhirnya PR menerapkan strategi-strategi tertentu yang melibatkan pertukaran 'gift' agar tercipta hubungan resiprositas dengan tujuan membuat jurnalis merasa memiliki kewajiban untuk menulis berita terkait klien mereka. Skripsi ini berkonsentrasi pada hubungan resiprositas yang terbentuk atas pertukaran 'gift' antara PR dan jurnalis juga pemahaman-pemahaman yang terbentuk di antara mereka. Hubungan ditelusuri melalui observasi selama empat bulan bekerja di salah satu PR consultant di Jakarta, wawancara mendalam, dan partisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang melibatkan praktisi PR dan jurnalis. Skripsi ini menggambarkan bagaimana hubungan antara PR dan jurnalis yang berasal dari dua organisasi yang berbeda telah menghasilkan interorganizational cultures yang merupakan perpaduan nilai antara keduanya.

---

**ABSTRACT**

The relationship between PR (Public Relations) and media journalists is supposed to be professional, where each other need for working matters. This is because PR needs media coverage for their clients, while the journalist needs publishable information to attract its readers. However, the media's column limitations and particular criteria tend to become barrier to the PR's desired coverage for the information they have provided. Thus PR applies special strategies involving gift- giving to build reciprocal relationship with media journalists. This way, PR expects that the journalists involved would assume a sense of obligation, so that they do harder work to give the PR's clients media coverage. This undergraduate thesis does not only concentrate on the reciprocal relationship formed as a consequence of the gift exchange, but also the unspoken understandings between PR and Journalists. This relationship is examined through ethnographic research methodology as platform, where the writer spent four months working in a Jakarta-based PR consultant. While working as PR, the writer was involved with various activities where PR and Journalists meet. Furthermore, this undergraduate thesis illustrates the interorganizational cultures formed as a consequence of the distinctive PR's gift-giving strategy to approach journalists.