

Analisis Kode Etik APPRI Dalam Serial “Alpha Girls”

Oleh:

Ana Sofiana Wahyu

Dosen Pembimbing :

Ainur Rochmaniah, S.Sos., M.Si.

Dosen Penguji : Nur Maghfirah A., M.Med.Kom.

Nur Aini Shofiya Asy`ari, M.I.Kom.

**Study Program of Communication Studies Universitas
Muhammadiyah Sidoarjo Mei, 2025**



Latar Belakang Masalah

Latar belakang penelitian ini berfokus pada bagaimana Serial *“Alpha Girls”* yang dirilis pada 5 Juli 2024. yang mempresentasikan nilai-nilai etika APPRI. Penelitian ini mengkaji elemen naratif dan visual dalam film, dengan menyoroti adegan-adegan yang mencerminkan prinsip kode etik APPRI dalam praktik Public Relations. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Serial *“Alpha Girls”* mencerminkan prinsip-prinsip kode etik APPRI dalam konteks persaingan bisnis dan dinamika keluarga. Terdapat tujuh pasal dalam kode etik APPRI yang relevan dengan karakter dan alur cerita, diantaranya norma perilaku profesional, penyebaran informasi, dan larangan terhadap kepentingan tersembunyi.

Teori

1. Public Relations adalah bidang yang berfokus pada membangun dan memelihara citra positif suatu organisasi, perusahaan, atau individu di mata public
 - Kode etik APPRI , menetapkan 17 pasal Yaitu Standar Perilaku Profesional, Penyampaian Informasi, Media Komunikasi, Kepentingan Tersembunyi, Kerahasiaan Informasi, Penanganan Kepentingan, Sumber Dari Pembayaran, Pengungkapan Kepentingan Keuangan, Pembayaran Berdasarkan Hasil Kerja, Penumpang Tindih Pekerjaan Sesama Anggota, Imbalan Kepada Karyawan, Memperkerjakan Anggota Parlemen, Tidak Mencemarkan Nama Baik Sesama Anggota, Perintah Atau Arahan Dari Pihak Lain, Nama Baik Profesi, Menjunjung Tinggi Kode Etik, dan Interaksi dengan profesi lain.
2. Pendekatan kualitatif deskriptif, Tujuan untuk memahami secara mendalam berbagai fenomena sosial melalui tahapan proses analisis yang melibatkan interpretasi terhadap data, konteks, dan makna yang ada pada subjek yang diteliti.

Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

Rumusan Masalah

- Bagaimana bentuk Kode Etik APPRI (Asosiasi Perusahaan Public Relations Indonesia) direpresentasikan dalam Serial *“Alpha Girls”*?

Tujuan Penelitian

- Bertujuan untuk menganalisis penerapan dan pelanggaran kode etik APPRI (Asosiasi Perusahaan Public Relations Indonesia) dalam Serial *“Alpha Girls”* menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Penelitian terdahulu

- Muhammad reyza noorsyam arkiang yang berjudul "peran public relations dalam film hancock: the role of public relations in the hancock film".
- Hafizur kahfi adnan dan elsa tabina siregar berjudul “analisis semiotika hubungan masyarakat (humas) dalam film 'cek toko sebelah”
- Erlina rumui yang berjudul "analisis isi mengenai pelanggaran kode etik profesi public relations dalam film 'thank you for smoking"
- Anggy ayu wandari berjudul “analisis semiotika representasi pelanggaran kode etik public relation dalam film the ides of march”,

Metode Penelitian

- a. Jenis penelitian “Kualitatif Deskriptif”
- b. Objek Penelitian adalah Serial “*Alpha Girls*”
- c. Sumber Data yaitu data sekunder merujuk pada data Informasi yang diperoleh dari berbagai literatur pendukung data primer, termasuk kamus, sumber online, buku-buku terkait penelitian, dan sebagainya.
- d. Teknik Pengumpulan data “Observasi dan Dokumentasi”
- e. Teknik Analisis data “Reduksi data, Penyajian Data, Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi”

Hasil dan Pembahasan

1. **Scene Konfersi Pers** - Latar belakang scene ini adalah situasi kritis di mana Alpha Skincare tengah mengalami penurunan penjualan, sehingga diperlukan langkah strategis untuk membangkitkan kembali citra dan daya tarik produknya.
2. **Scene Pernyataan Sepihak** - alur cerita menggambarkan pemimpin alpha korps memerintah Ivy dan Sierra untuk bekerja sama dalam meningkatkan kinerja 1 perusahaan mereka yaitu Alpha Rooms, karena selama 5 tahun kebelakang hanya memiliki 5 cabang dan tidak menguntungkan.
3. **Scene Perjanjian Kerjasama Pertama** - Sierra mempunyai strategi dengan Alvaro. Sierra menawarkan hubungan serius (pacaran) dan menekankan bahwa hubungan mereka harus saling menguntungkan, mengingat mereka berdua adalah seorang pembisnis.
4. **Scene Perjanjian Kerjasama Kedua** - alur cerita menggambarkan dinamika kekuatan dan ancaman dalam dunia bisnis. Sierra, sebagai anak pimpinan dari Alpha Crops, mengajukan permintaan untuk melanjutkan kerja sama dengan perusahaan Ngamardotkom.
5. **Scene Pencapaian Perusahaan** - alur cerita menggambarkan pencapaian besar yang diraih oleh perusahaan, disampaikan melalui pemberitaan yang disebarakan melalui media, khususnya melalui web, yang mengabarkan kesuksesan perusahaan.

Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis penerapan dan pelanggaran kode etik APPRI dalam Serial *"Alpha Girls"*, dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Film ini merepresentasikan berbagai aspek kode etik, seperti norma perilaku profesional, penyebaran informasi, dan konflik kepentingan. Beberapa adegan menunjukkan penerapan kode etik dengan baik, sementara yang lain melanggar, seperti penyalahgunaan kekuasaan dan ancaman dalam negosiasi. Penelitian ini menegaskan pentingnya penerapan kode etik APPRI dalam PR untuk menjaga komunikasi yang profesional dan dapat dipercaya.

REFERENSI

1. T. R. Wahyuni Esiyansyah, "Makna Persahabatan Dalam Film Luca Melalui Pendekatan Semiotika Ferdinand De Saussure," *J. Dasarrupa Desain dan Seni Rupa*, 2024.
2. Marselli Sumarno, *APRESIASI FILM*. Jakarta: Pusat Pengembangan Perfilman Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2017.
3. Dailysia, "Alpha Girls." [Online]. Available: <https://www.dailysia.com/alpha-girls/>
4. D. Wibawa, *Hukum Dan Etika Humas*. Bandung, 2020.
5. N. I. M. Ridlwan Hambali, Mohamad Da'I, V. D. C. Naning Kurniawati, A. Y. K. Mohammad Fatoni, and R. R. Iin Widya Lestari, *ETIKA PROFESI*. Bojenegoro: CV. AGRAPANA MEDIA, 2021.
6. A. Andhita Sari, *Dasar-dasar public relations : teori dan praktik*. Yogyakarta: Cetakan pertama, 2017.
7. R. W. Rosy F. Daud, Hesti Umiyati, Emmelia A. Ginting, Abdullah Mitrin, I. M. H. Abdul Rahman, Miftah Nurlaily El Akhlaq, N. P. S. D. Fadli Muhammad Athalarik, Aditya Eka Putra, A. A. I. Garcia Krisnando Nathanael, and L. Ramonit, *PUBLIC RELATIONS SUATU PENGANTAR*. Bandung: Widina Media Utama, 2023.
8. N. muhammad zindan, "Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATION," vol. 8, no. 1, 2024.
9. A. ROCHMANIAH, F. A. DHARMA, and M. B. U. DJAROT, *Buku Ajar Dasar-dasar Public Relations*. Sidoarjo: UMSIDA Press, 2021.
10. M. H. Siregar, N. Sakinah, F. A. Salisah, K. Amri, and A. Kurniawan, "Kode Etik Public Relation Perhumas dan APRI di Indonesia," *El-Mujtama J. Pengabd. Masy.*, vol. 4, no. 3, pp. 412–421, 2024.
11. M. R. N. Arkian, M. S. Drajat, and D. Ahmadi, "Peran Public Relations dalam Film Hancock," *Inter Komunika J. Komun.*, vol. 3, no. 2, p. 145, 2018.
12. H. K. Adnan and E. T. Siregar, "Analisis Semiotika Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Film ' Cek Toko Sebelah ,'" vol. 2, no. 4, pp. 202–211, 2024.
13. E. Rumui, "Analisis isi mengenai pelanggaran kode etik profesi Public Relations dalam Film Thank You Smoking," *J. E-Komunikasi*, vol. 4, 2016.
14. A. A. Wandari, "Analisis Semiotika Representasi Pelanggaran Kode Etik Public Relation Dalam Film the Ides of March Anggy Ayu Wandari Program Studi Ilmu Komunikasi," pp. 1–55, 2021.
15. Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Rosda, 2021.
16. Z. Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. syakir Media Press, 2021.
17. J. A. S. T. Tita Melia Milyane, Aden Sutiapermana, I. M. H. & A. M. Yani Hendrayani, Ni Putu Sinta Dewi, S. Rudy Irwansyah, Eka Sri Dana Afriza, Diana Triwardhani, and V. D. P. Andhika Djalul Sembada, Viana Safrida Harahap, *Public Relations (Komunikasi Strategis, Digital dan Bertanggung Jawab Sosial)*. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG, 2021.
18. Minan Jauhari, *Cyber Public Relations Membangun Kepercayaan Publik Melalui Media Siber*. Yogyakarta: LP3DI Press, 2021.
19. C. N. Girsang, "Pemanfaatan Micro-Influencer pada Media Sosial sebagai Strategi Public Relations di Era Digital," *Ultim. J. Ilmu Komun.*, vol. 12, no. 2, pp. 206–225, 2020.
20. D. A. K. & A. S. Utomo, "Etika Komunikasi Publik Bagi Humas Pemerintah Dalam Bermedia Sosial (Studi Kasus Pada Akun Twitter @ Kemkominfo Dan @ Infobmkg)," *Heritage*, vol. 8, no. 8, pp. 127–144, 2019.
21. N. Anita Sinaga, "Kode Etik Sebagai Pedoman Pelaksanaan Profesi Hukum Yang Baik," *J. Ilm. Huk. Dirgant.*, vol. 10, no. 2, pp. 1–34, 2020.
22. S. Lokita Pramesti Dewi, Nur Ambulani, Sarwo Eddy Wibowo, Made Suardana, Dewantara Rata, Roosita Cindrakasih, *BUKU AJAR STRATEGI DAN TEKNIK PUBLIK RELATIONS*. Jambi: PT. Sonpedia Penerbitan Indonesia, 2024.
23. Martha Tri Lestari, *PUBLIC RELATIONS EVENT: Membangun Image, Reputasi dan Mutual Understanding*. Jakarta: Prenada Media, 2021.
24. M. Saidah, *Buku Public Relations di Era Digital: Menavigasi Media Sosial dan Teknologi Baru*. Yogyakarta: Penerbit Buku Pendidikan Deepublish, 2023.
25. R. Z. Hilmi, R. Hurriyati, and Lisnawati, "PUBLIC RELATIONS DAN NEW MEDIA (Analisis Isi Corporate Tweets akun @DitjenPajakRI sebagai Bentuk Relationship Management Antara Organisasi dan Publik Periode 20 Juni – 20 Juli 2018)," vol. 3, no. 2, pp. 91–102, 2018.
26. A. A. Sari, *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: DeePublish, 2017.
27. B. Purba, "Pengaruh Public Relations Terhadap Peningkatan Pengguna Jasa Di Bandara Internasional Kualanamu Kab. Deli Serdang," *Netw. Media*, vol. 1, no. 1, 2020.
28. C. Anggraini and Y. Setyanto, "Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana," *Prologia*, vol. 3, no. 2, p. 408, 2019.
29. M. R. R. yunianti fihartini, *teori dan praktek public relation*. Lampung: aura publishing, 2018.
30. Ropingi El Ishaq, *Publik Relations Teori Dan Praktik*. Malang: Inrans Publishing, 2017.
31. R. Kriyantonono, *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintahan*. Jakarta: Kencana, 2021.
32. [N. K. S. R. I Dewa Ayu Hendrawathy Putri, "Etika Profesi dan Profesionalisme Public Relations," vol. 11, pp. 44–69, 2017.
33. P. Asriyani Sagiyanto, Intan Leliana, *Etika profesi public relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019.
34. A. Aziz, "Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur Sebagai Sarana Informasi Publik," pp. 1–91, 2018.
35. B. Nandiwardhana, "Etika Komunikasi Public Relations Dalam Menjaga Citra Perusahaan," *JCommSci - J. Media Commun. Sci.*, vol. 3, no. 3, pp. 228–240, 2020.

