

Analisis Penerapan Kode Etik Publik Relation Pada Film The Intern

Oleh:

M. Ervin Restu Ramadhan Pinem

Ainur Rochmaniah

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juni, 2025



Pendahuluan

Dalam era globalisasi, Public Relations (PR) memiliki peran strategis dalam membangun citra, reputasi, dan kepercayaan publik terhadap organisasi. Perkembangan teknologi dan intensitas interaksi lintas budaya menuntut praktik komunikasi yang efektif, adaptif, dan strategis, menjadikan PR sebagai elemen penting dalam pengelolaan reputasi organisasi di tengah lingkungan bisnis yang kompetitif. Selain itu, film berfungsi sebagai media representasi nilai-nilai profesionalisme dan etika kerja. Dalam konteks ini, film *The Intern* (2015) dipilih sebagai objek penelitian karena merefleksikan dinamika generasi dan profesionalisme dalam lingkungan kerja modern berbasis e-commerce, serta menghadirkan representasi penerapan kode etik PR secara lebih konstruktif dibandingkan film-film yang berfokus pada pelanggaran etika.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- **Rumusan Masalah:** Bagaimana kode etik Public Relations Society of America (PRSA) digunakan dalam berbagai hubungan profesional yang digambarkan dalam film *The Intern*
- **Tujuan Penelitian:** Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara prinsip-prinsip kode etik Public Relations Society of America (PRSA) dan penerapannya dalam konteks kerja nyata sebagaimana direpresentasikan dalam film *The Intern*.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode **kualitatif** dengan **analisis semiotika Charles Sanders Peirce** untuk mengkaji makna visual, dialog, dan simbol dalam film *The Intern* terkait penerapan etika Public Relations (PR).

- **Metodologi**

Pendekatan: Kualitatif

Metode: Analisis semiotika Peirce

- **Teknik Pengumpulan Data**

Observasi adegan dan dialog film

Dokumentasi literatur kode etik PR

- **Komponen Analisis Semiotika**

Sign: Gambar dan teks dalam film

Object: Representasi penerapan etika PR

Interpretant: Makna yang dihasilkan dari tanda

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa film *The Intern* merepresentasikan prinsip kode etik PRSA, meliputi *Free Flow of Information* melalui komunikasi terbuka dan transparan, *Disclosure of Information* melalui sikap akuntabel dalam menangani kesalahan, serta *Enhancing the Profession* melalui kepemimpinan yang mendidik dan meningkatkan kualitas kerja tim. Melalui analisis semiotika Charles Sanders Peirce, adegan-adegan tersebut memperlihatkan bagaimana tanda, objek, dan interpretasi digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai etika Public Relations.

Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa representasi etika dalam film *The Intern* tidak terlepas dari konstruksi komunikasi interpersonal yang kuat dan penuh empati. Temuan ini sejalan dengan studi Heni Budi Astuti (2017) yang menegaskan bahwa strategi kesantunan terutama *positive politeness* menjadi kunci dalam membangun hubungan profesional yang etis. Jules Ostin tampil sebagai figur pemimpin yang tidak hanya kompeten secara manajerial, tetapi juga memiliki sensitivitas etis dalam berinteraksi dengan kolega dan klien. Dengan demikian, film ini menyajikan praktik PR dalam bentuk yang naratif namun relevan secara konseptual, menjadikan media populer sebagai wahana edukatif dalam pendidikan etika profesi dan komunikasi strategis.

Temuan Penting Penelitian

temuan penting menunjukkan bahwa representasi etika Public Relations dalam film *The Intern* menegaskan penerapan prinsip-prinsip utama kode etik PRSA khususnya keterbukaan informasi, akuntabilitas, dan peningkatan profesionalisme yang dikonstruksikan melalui relasi kerja yang egaliter, kepemimpinan partisipatif, serta komunikasi organisasi yang transparan dan manusiawi, sehingga membangun citra praktik PR yang etis dan berorientasi pada kepercayaan publik

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini tidak hanya bersifat akademis dengan memperkaya kajian komunikasi dan etika Public Relations melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce pada media film, tetapi juga bersifat praktis sebagai referensi bagi praktisi, pendidik, dan mahasiswa komunikasi untuk memahami implementasi kode etik PR dalam konteks organisasi modern serta mendorong penerapan komunikasi profesional yang beretika, adaptif, dan berkelanjutan dalam dunia kerja kontemporer

Referensi

- [1] N. Şirzad, “a Review on Online Reputation Management and Online Reputation Components,” *Doğuş Üniversitesi Derg.*, vol. 23, no. 1, pp. 219–242, 2022.
- [2] A. P. Sutarto and N. Izzah, “Do Job Boredom and Distress Influence Self-Report Individual Work Performance? Case Study in an Indonesia Muslim Fashion Industry,” *J. Optimasi Sist. Ind.*, vol. 21, no. 1, pp. 1–9, 2022, doi: 10.25077/josi.v21.n1.p1-9.2022.
- [3] A. A. Wandari, “Analisis Semiotika Representasi Pelanggaran Kode Etik Public Relation Dalam Film the Ides of March Anggy Ayu Wandari Program Studi Ilmu Komunikasi,” vol. 3, no. 1, pp. 1–55, 2021.
- [4] E. Ahmed and A. W. Khan, “Role of Organizational Public Relations in Image Building of Publics: A Case Study of Coca Cola Pakistan,” *Glob. Reg. Rev.*, vol. IV, no. IV, pp. 95–104, 2019, doi: 10.31703/grr.2019(iv-iv).11.
- [5] I. Sadewo, “Kerangka Kerja manajemen Humas dalam Lembaga Pendidikan Tinjauan Epistemologis,” *J. Manaj. Pendidik.*, vol. 11, no. 1, pp. 75–90, 2023, doi: 10.26877/jmp.v11i1.3538.

