

Analisi Isi Drama Queenmaker: Implementasi Dan Pelanggaran Kode Etik Public Relations (IPRA) [Content Analysis of the Drama Queenmaker: Implementation and Violation of the Public Relations Code of Ethics (IPRA)]

Asmaul Khusna Tri Wulan Juli ¹⁾, Ainur Rochmaniah ^{*,2)}

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: ainur@umsida.ac.id

Abstract. *This study examines the representation of ethics in public relations practices through the Korean drama Queenmaker by analyzing the implementation and violations of the International Public Relations Association (IPRA) Code of Ethics. The research employs a quantitative content analysis of 57 scenes from 11 episodes, supported by a reliability test using the Holsti formula. The findings identify nine categories of ethical implementation, dominated by dialogue, accuracy, and openness, as well as fifteen categories of violations, primarily involving influence, competition, and dishonesty. These results indicate that ethical violations are more dominant than ethical implementation, potentially shaping negative public perceptions of the public relations profession. This study is expected to raise awareness of the importance of positive ethical practices in public relations within mass media to maintain professionalism and public trust.*

Keywords - Content Analysis; Drama Queenmaker; Ethics of Public Relations; IPRA Public Relations Code of Ethics; Public Relations

Abstrak. *Penelitian ini membahas representasi etika dalam praktik public relations melalui drama Korea Queenmaker dengan menganalisis penerapan dan pelanggaran Kode Etik International Public Relations Association (IPRA). Metode yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif terhadap 57 adegan dari 11 episode, disertai uji reliabilitas menggunakan formula Holsti. Hasil penelitian menunjukkan sembilan kategori penerapan kode etik, dengan dominasi pada dialog, ketepatan, dan keterbukaan, serta lima belas kategori pelanggaran yang didominasi oleh tindakan memengaruhi, persaingan, dan kebohongan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggaran kode etik lebih dominan dibandingkan penerapannya, sehingga berpotensi membentuk persepsi negatif terhadap profesi public relations. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya penerapan etika positif dalam praktik public relations di media massa sebagai upaya menjaga profesionalisme dan kepercayaan publik.*

Kata Kunci - Analisis Isi; Drama Queenmaker; Etika Profesi PR; Kode etik IPRA; Public Relations

I. PENDAHULUAN

Dengan hadirnya teknologi yang semakin canggih, membuat perubahan besar dalam aspek kehidupan manusia, terutama dalam hal komunikasi. Dengan perkembangan yang ada melahirkan banyak jenis komunikasi, salah satunya komunikasi massa yang menjadikan media massa sebagai media untuk menyebarkan informasi secara cepat dan menyeluruh kepada khalayak luas. Film sebagai bentuk media massa dianggap memiliki kemampuan untuk mempengaruhi penontonnya melalui adegan yang ditampilkan, sehingga dapat memberikan pengaruh moral, emosional, hingga popularitas [1]. Film merekam kenyataan yang terjadi di lingkungan sosial sehari-hari yang kemudian diproyeksikan ke layar kaca.

Dalam Undang-Undang Perfilman Nomor 33 Tahun 2009 Pasal 1, film merupakan bentuk media komunikasi massa yang dibuat dengan menggunakan sinematografi yang ditujukan kepada publik [2]. Salah satu genre film yang populer adalah film drama, dimana drama merupakan karya seni yang menggambarkan kisah, karakter, dan perilaku manusia, yang direkam dalam bentuk video dan kemudian disajikan dalam format drama atau serial [3]. Salah satu film drama yang terkenal adalah drama dari Korea Selatan atau biasa disebut drakor. Drakor merupakan karya fiksi yang menggambarkan berbagai fenomena sosial dalam masyarakat dan kemudian disiarkan melalui televisi lokal dan platform berbayar, biasanya disajikan dalam format serial dengan jumlah episode berkisar antara 6 hingga 20 episode [4].

Drama Korea *Queenmaker* merupakan serial drama politik yang tayang perdana pada 14 April 2023 dengan 11 episode dan berhasil menempati posisi teratas dalam peringkat mingguan Netflix Global Top 10 dalam kategori TV non bahasa Inggris dengan waktu tayangan mencapai 15,8 juta per jam [5]. *Queenmaker* mengangkat kisah tentang intrik politik dan kekuasaan yang menyoroti perjuangan dua perempuan dari latar belakang berbeda yang bersatu untuk melawan ketidakadilan. Cerita berpusat pada Hwang Do-hee, seorang ketua tim public relations yang bekerja untuk grup konglomerat kuat bernama Eunsung Group.



Gambar 1. Tim PR mengadakan rapat menyusun strategi untuk klien mereka

Sebagai seorang PR, Hwang Do-hee bertugas menyelesaikan skandal dan melindungi citra perusahaan, seperti mengontrol media agar membuat berita baik terkait perusahaan dan pimpinannya yang akan mencalonkan diri menjadi wali kota Seoul dan mengalihkan isu negatif terkait pimpinannya yang sedang terlibat kasus penganiayaan dan pelecehan seksual. Sehingga tidak heran Do-hee memiliki kemampuan yang luar biasa dalam mengendalikan opini publik untuk melindungi citra baik perusahaannya. Namun setelah mengalami hal buruk, ia memutuskan untuk keluar dari Eunsung Group dan bergabung menjadi ketua tim public relations dari Oh Kyung-sook seorang pengacara hak asasi manusia (HAM) yang akan mencalonkan diri menjadi wali kota Seoul. Selain itu, drama ini juga mengisahkan strategi yang dilakukan oleh tim PR para calon wali kota Seoul dalam melakukan kampanye politik untuk memenangkan pemilihan wali kota Seoul.

Kehadiran seorang praktisi public relations sangat penting bagi sebuah institusi atau lembaga. Public relations merupakan kumpulan individu yang melakukan kerja sama dan komunikasi dengan perusahaan atau organisasi secara internal atau eksternal, berperan sebagai ujung tombak dalam menarik perhatian publik serta membangun dan menjaga citra positif demi mempertahankan eksistensi institusi yang diwakilinya [6]. Hal tersebut juga dilakukan oleh Hwang Do-hee dalam drama *Queenmaker*. Untuk menarik perhatian publik, seorang PR perlu melakukan berbagai upaya yang sesuai dengan standar etika yang berlaku agar dapat membentuk seorang praktisi PR yang berintegritas dan memiliki kredibilitas tinggi.

Menurut R. Yunus and E. B. Riatno, seorang public relations dalam perusahaan memiliki peran signifikan dalam menjaga reputasi perusahaan dengan membangun hubungan harmonis antara manajemen internal perusahaan dan pelanggan, sehingga tercipta pemahaman dan kesepahaman yang positif dengan tujuan utamanya adalah membentuk dan meningkatkan citra baik perusahaan [7]. Seorang public relations memerlukan standar etika yang jelas untuk memastikan integritas, transparansi, dan akuntabilitasnya, aspek penting dalam praktik PR adalah kepatuhan terhadap kode etik yang telah ditetapkan. Etika sendiri merupakan suatu hubungan dengan tindakan seseorang yang dapat memunculkan penilaian dari pihak lain mengenai baik atau buruknya tindakan tersebut [8].

Etika public relations ialah hukum yang ditetapkan dan mengatur perilaku kelompok profesi public relations yang menjadi pedoman dalam menjalankan profesi tersebut [9]. Salah satu lembaga public relations yang mengatur mengenai kode etik yaitu IPRA atau International Public Relations Association yang disahkan pada tahun 2011. Kode etik IPRA adalah pedoman etika profesional yang berlaku bagi anggota IPRA untuk digunakan oleh praktisi PR di seluruh dunia. Kode etik ini menjadi pedoman etika profesional yang berlaku bagi anggota IPRA untuk digunakan oleh praktisi PR di seluruh dunia. Kode etik IPRA ini menyediakan kerangka kerja bagi praktisi PR untuk bertindak secara profesional dalam menghadapi dilema etis yang kompleks.

IPRA, secara umum menetapkan 18 tindakan (kode etik) yang wajib ditaati dan diterapkan dalam peran dan tanggung jawab seorang praktisi public relations yaitu ketaatan, integritas, dialog, keterbukaan, konflik, kerahasiaan, ketepatan, kebohongan, penipuan, pengungkapan, keuntungan, remunerasi, pembujukan, pengaruh, persaingan, pembunuhan, pekerjaan, dan rekan sejawat [10]. Setiap anggota IPRA wajib menghormati dan mematuhi kode etik ini,

serta berkomitmen untuk menyetujui, mengikuti, dan menegakkan tindakan disipliner terhadap setiap pelanggaran yang terjadi terhadap kode etik ini.

Pada penelitian ini menggunakan metode content analysis atau analisis isi yang menunjukkan arti dari sumber tertulis atau visual, seperti surat kabar, iklan, film, video, dan foto secara sistematis dengan mengalokasikan isinya ke kategori yang telah ditentukan sebelumnya dan terperinci [11]. Metode analisis isi (content analysis) menekankan pada penggunaan bahasa sebagai sarana komunikasi, dengan fokus pada makna atau konteks yang terkandung dalam teks [12].

Sesuai rumus Holsti dalam buku Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Lainnya, yang ditulis oleh Eriyanto, menjelaskan bahwa analisis isi merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk menarik kesimpulan secara objektif melalui proses identifikasi yang sistematis terhadap karakteristik suatu pesan [13]. Metode analisis isi bertujuan mengidentifikasi isi komunikasi yang terlihat secara objektif dan terstruktur dengan berfokus pada penghitungan elemen-elemen tertentu, seperti kata, frasa, atau tema dengan tujuan untuk menarik kesimpulan yang lebih luas [14].

Analisis isi memiliki peran penting dalam penelitian ini karena memungkinkan peneliti memahami berbagai aspek komunikasi, mulai dari karakteristik pesan, konteks kemunculannya, hingga pola dan tema yang terkandung di dalamnya. Melalui analisis isi, peneliti dapat mengungkap unsur-unsur seperti tema, gaya bahasa, dan nada pesan, serta menggali lebih dalam konteks media yang digunakan, audiens yang dituju, dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Tak hanya itu, analisis ini juga membuka wawasan tentang pola komunikasi dan tema yang berulang, yang mencerminkan persepsi, nilai, dan asumsi sosial yang tersembunyi. Selain sebagai alat eksplorasi, analisis isi juga dapat digunakan untuk menguji hipotesis, menarik kesimpulan, dan membandingkan representasi dalam media dengan realitas yang ada di masyarakat.

Harold D. Lasswell menjadi pelopor dalam metode analisis isi dengan melakukan pencatatan simbol atau pesan secara sistematis, kemudian memberikan interpretasi dan dijelaskan melalui teori lima unsur komunikasi yang dikembangkan oleh Harold D. Lasswell, yaitu siapa (who), mengatakan apa (says what), kepada siapa (to whom), melalui saluran apa (in which channel), dan dengan dampak apa (with what effect) [15]. Metode analisis isi sering diterapkan untuk mengkaji berbagai jenis dokumen, baik dalam bentuk cetak maupun elektronik, seperti koran, radio, televisi, iklan, film, grafiti, buku, selebaran, kitab suci, dan sebagainya.

Analisis isi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi dengan pendekatan kuantitatif yang merupakan sebuah pendekatan penelitian dengan menghitung dan mengetahui aspek-aspek tertentu dari suatu konten atau isi yang dilakukan secara kuantitatif. Prosedurnya adalah dengan cara mengamati (observasi) aspek dari isi atau konten, yang kemudian dilakukan uji realibilitas dengan formula Hostli untuk menentukan hasil yang akurat dan disajikan secara kuantitatif dalam bentuk tabel frekuensi [16]. Analisis ini berfokus untuk memberi tanda (coding) pada objek penelitian yang terlihat seperti adegan-adegan yang ada dalam serial drama Queenmaker. Penelitian ini menggeneralisasikan fakta-fakta yang ditemukan dengan objektif.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi tolak ukur dalam penelitian ini, seperti penelitian terhadap Perempuan dalam Film Indonesia (Analisis Isi Kuantitatif dalam Film Indonesia dengan Latar 1998-2021) [17], yang menunjukkan terdapat kekerasan terhadap perempuan dalam film Indonesia dengan latar tahun 1998 sampai 2021, dimana bentuk kekerasan yang muncul berupa kekerasan fisik (24%), kekerasan psikologis (31%), kekerasan seksual (45%), dan perempuan dalam film-film tersebut cenderung menghadapi kekerasan yang dialami dengan emotion focused coping. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini, yaitu sama-sama membahas mengenai analisis isi kuantitatif dalam suatu adegan (film atau drama), sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

Selanjutnya ada penelitian mengenai Penerapan Kode Etik Public Relations IPRA dalam Serial Drama Jepang How to be Likeable in A Crisis [18], yang menunjukkan ada 11 adegan yang menggambarkan penerapan kode etik public relations IPRA dalam serial drama Jepang tersebut, meliputi penerapan kode etik integritas, menerapkan konsep dialog, menerapkan konsep keterbukaan, menghindari konflik kepentingan, menjaga kerahasiaan informasi, melaksanakan ketepatan, menghindari berita bohong, dan menerapkan kode etik profesi kepada rekan sejawat. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh R. Khairunnisa, Amadea, dan Irwansyah dengan menerapkan 7 pasal dari IPRA untuk menganalisis perilaku profesional dalam climate change communication, dimana penelitian ini menjelaskan bahwa kode etik PR masih terfokus di negara Amerika Serikat dan tidak ditemukan artikel yang membahas kode etik PR yang berkaitan dengan climate change communication dari tahun ke tahun [19].

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini, yaitu sama-sama membahas mengenai analisis kode etik IPRA, sedangkan perbedaannya terletak pada metode yang digunakan dan objek penelitiannya, dimana pada penelitian terdahulu hanya fokus pada satu hal (pelanggaran atau penerapan saja). Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini membahas kedua hal tersebut, yaitu implementasi dan pelanggaran kode etik public relations IPRA yang ada pada adegan drama Korea Queenmaker yang dianalisis menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan formula hostli agar hasil yang ditemukan akurat.

Selain itu, ada juga penelitian terdahulu yang membahas mengenai adegan dalam serial drama *Queenmaker*, seperti penelitian mengenai Representasi Kesetaraan Gender Dalam Partisipasi Politik Pada Serial Drama Korea *Queenmaker* [20] yang menunjukkan tidak adanya keterbatasan karakter perempuan dalam serial tersebut untuk bergabung pada ranah politik dan penelitian tentang Representasi Karakter Alpha Female Dalam Drama Korea *Queenmaker* [21], yang menunjukkan bahwa adanya karakter Alpha Female seperti kepemimpinan, kepercayaan diri, dan kekuatan dalam menghadapi tantangan yang menjadi simbol penting yang memperkuat peran perempuan dalam melawan ketidakadilan dan memperjuangkan nilai moral. Pada penelitian saat ini berfokus pada penerapan dan pelanggaran kode etik public relations IPRA dalam adegan-adegan drama *Queenmaker* dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan formula Hostli, untuk memastikan hasil yang disampaikan lebih tepat.

Peneliti memilih drama *Queenmaker* ini karena tertarik dengan karakter tokoh utama yaitu Hwang Do-hee yang menjadi seorang praktisi public relations yang mempresentasikan bagaimana cara kerja serta kode etik yang dianut oleh seorang PR dalam menangani sebuah masalah dan mengambil keputusan. Selain itu dalam serial ini juga menggambarkan dinamika kerja PR yang penuh tekanan, termasuk upaya manipulasi informasi, pelanggaran etika, dan tantangan moral lainnya. Hal ini memberikan peluang baru untuk mengeksplorasi pasal-pasal dalam kode etik public relations berdasarkan pada IPRA dalam sebuah film yang mencerminkan realitas kehidupan sehari-hari para praktisi PR.

Dalam rangka menutup kekurangan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang hanya fokus pada satu objek penelitian yaitu pelanggaran atau penerapan kode etik IPRA saja dalam sebuah film atau serial drama, maka peneliti memilih drama *Queenmaker* untuk dikaji lebih dalam dengan menggunakan teori analisis isi (content analysis) secara kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apa saja kode etik public relations IPRA yang ada di dalam serial drama *Queenmaker* dan untuk menjelaskan seberapa besar frekuensi penerapan dan juga pelanggaran kode etik public relations yang diatur IPRA pada serial drama *Queenmaker*.

Hasil temuan ini akan memperkaya penelitian mengenai kode etik public relations IPRA (International Public Relations Association) dalam sebuah film atau drama sehingga khalayak umum dapat lebih memahami bagaimana kode etik public relations tersebut. Disamping itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi terhadap pengembangan literatur akademik dalam meningkatkan kesadaran profesional terhadap pentingnya penerapan etika dalam setiap aspek praktik seorang public relations.

II. METODE

Penelitian ini menerapkan metode analisis isi kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur atau menghitung elemen-elemen (bentuk) dari isi yang terdapat dalam serial drama *Queenmaker* yang sesuai dengan kode etik public relations berdasarkan IPRA dan dilakukan secara objektif, valid, serta reliabel. Objek pada penelitian ini yaitu 57 adegan yang ada di dalam 11 episode, yang terdapat kode etik public relations IPRA pada serial drama *Queenmaker*. Peneliti menggunakan metode analisis isi sebagai teknik penelitian karena analisis isi (content analysis) merupakan suatu metode yang dirancang untuk menghasilkan data yang objektif, terukur, dan dapat diuji melalui penghitungan terhadap isi pesan yang tampak secara nyata [22].

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi (menonton, mengamati, mencatat dan menganalisis seluruh adegan yang ada di dalam drama *Queenmaker* yang terdapat kode etik public relations) dan dokumentasi (mencari data terkait segala hal yang berhubungan dengan serial drama *Queenmaker* melalui penelitian terdahulu, internet, dan buku yang berkaitan dengan penelitian), sehingga membantu peneliti untuk menganalisis adegan dan mengungkap apa saja kode etik IPRA dalam serial drama tersebut dengan menyeleksi setiap adegan yang relevan. Sementara itu, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian [23].

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan melakukan uji reliabilitas dengan pembandingan agar hasil dapat akurat. Jenis reliabilitas yang digunakan adalah reproductibility atau reliabilitas antar-coder (Intercoder Reliability) menggunakan formula Holsti. Pengujian reliabilitas akan melibatkan dua individu sebagai coder, dengan peneliti bertindak sebagai coder pertama dan seorang coder tambahan sebagai coder kedua dengan membandingkan jawaban coder pada tiap unit analisis, yang nantinya hasil tersebut disajikan dalam bentuk persentase tingkat kesepakatan antar coder saat menilai suatu isi [24]. Pada penelitian ini yang menjadi pengkode 2 harus memiliki syarat dan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Coder berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang mengerti studi ilmu komunikasi.
- 2) Coder mengetahui dan melihat drama *Queenmaker*.
- 3) Coder memahami kode etik public relations IPRA.

Dari ketentuan tersebut, maka yang terpilih menjadi pengkode 2 yaitu Saskya Dewi Anggraeni, seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi semester 6 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Dalam proses penelitian ini,

pengkoder 1 dan 2 akan diberikan lembar untuk pengisian hasil data secara seksama terkait kode etik IPRA dalam drama Queenmaker.

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat dalam penelitian ini, maka perhitungan data dari kedua coder akan menggunakan rumus Holsti, dimana pada rumus Holsti, nilai angka reliabel minimum yaitu 0,7 atau 70%, sehingga makin tinggi nilai yang diperoleh maka makin tinggi pula reliabilitas antar codernya [25]. Setelah alat ukur dinyatakan reliabel, maka langkah selanjutnya adalah menghitung dan menganalisis data dalam bentuk tabel frekuensi. Berikut adalah rumus Holsti yang digunakan untuk mengukur reliabilitas antar coder.

$$\text{Reliabilitas Antar-Coder} = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

M = jumlah coding yang sama antara kedua coder

N1 = jumlah coding yang dibuat oleh coder 1

N2 = jumlah coding yang dibuat oleh coder 2

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Pada penelitian ini, pengkoder 1 maupun pengkoder 2 melakukan perhitungan terhadap 57 cuplikan adegan dari 11 episode dalam serial drama Queenmaker, cuplikan adegan ini lah yang mewakili adegan-adegan penerapan dan juga pelanggaran kode etik public relations IPRA dalam serial drama Queenmaker tersebut. Dari 57 adegan dilakukan proses coding oleh 2 coder dengan menganalisis dan mengkategorikan penerapan dan pelanggaran kode etik public relations berdasarkan rumusan IPRA yang diisi dalam lembar coding yang disediakan. Rumus Holsti digunakan untuk menguji reliabilitas dari hasil perhitungan coder 1 dan coder 2.

Tabel 1. Uji Reliabilitas Implementasi Kode Etik IPRA dalam Drama Queenmaker

No	Kode Etik	Coder 1	Coder 2	S/TS
1	Ketaatan	0	0	S
2	Integritas	4	4	S
3	Dialog	9	9	S
4	Keterbukaan	5	5	S
5	Konflik	0	0	S
6	Kerahasian	0	0	S
7	Ketepatan	6	6	S
8	Kebohongan	1	1	S
9	Penipuan	0	0	S
10	Pengungkapan	1	1	S
11	Keuntungan	0	0	S
12	Remunerasi	0	0	S
13	Pembujukan	0	1	TS
14	Pengaruh	1	1	S
15	Persaingan	0	0	S
16	Pemburuan	0	0	S
17	Pekerjaan	0	0	S
18	Rekan Sejawat	2	2	S
$CR = \frac{2M}{N1+N2} = \frac{2(17)}{18+18} = \frac{34}{36} = 0,94 \times 100 = 94\%$				Total 18 Setuju (S)= 17 Tidak Setuju (TS) = 1

Tabel 2. Uji Reliabilitas Pelanggaran Kode Etik IPRA dalam Drama Queenmaker

No	Kode Etik	Coder 1	Coder 2	S/TS
1	Ketaatan	3	3	S
2	Integritas	0	0	S
3	Dialog	5	5	S
4	Keterbukaan	2	3	TS
5	Konflik	4	4	S
6	Kerahasian	5	5	S
7	Ketepatan	6	7	TS
8	Kebohongan	12	12	S
9	Penipuan	10	10	S
10	Pengungkapan	6	6	S
11	Keuntungan	1	1	S
12	Remunerasi	0	0	S
13	Pembujukan	9	9	S
14	Pengaruh	23	23	S
15	Persaingan	21	21	S
16	Pemburuan	2	2	S
17	Pekerjaan	0	0	S
18	Rekan Sejawat	1	1	S
$CR = \frac{2M}{N1+N2} = \frac{2(16)}{18+18} = \frac{32}{36} = 0,88 \times 100 = 88\%$				Total 18 Setuju (S)= 16 Tidak Setuju (TS) = 2

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus reliabilitas koder sesuai dengan formula Holsti seperti yang sudah dilakukan diatas, menunjukkan bahwa adanya kesepakatan hubungan antar coder atau pengkoding untuk menghitung 57 adegan dari 11 episode pada serial drama Queenmaker dalam menunjukkan penerapan (implementasi) dan juga pelanggaran terkait kode etik public relations menurut IPRA yang terdapat dalam serial drama tersebut. Dimana angka reliabilitas implementasi kode etik IPRA sebesar 0,94 atau 94% dan angka reliabilitas pelanggaran kode etik IPRA sebesar 0,88 atau 88%.

Sesuai dengan identifikasi yang dikemukakan oleh R. Holsti, alat ukur dalam penelitian ini atau kategori penerapan dan juga pelanggaran kode etik IPRA pada serial drama Queenmaker memiliki korelasi atau kesepakatan hubungan yang sah karena memiliki nilai reliabilitas diatas 0,7 atau 70% sehingga dianggap benar-benar reliabel karena sudah melampaui batas minimum nilai reliabilitas yang sesuai dengan rumus Hostli tersebut.

Tabel 3. Frekuensi Implementasi Kode Etik IPRA dalam Drama Queenmaker

No	Kode Etik	Coder		Frekuensi	Presentase
		1	2		
1	Ketaatan	0	0	0	0,00%
2	Integritas	4	4	8	13,56%
3	Dialog	9	9	18	30,51%
4	Keterbukaan	5	5	10	16,95%
5	Konflik	0	0	0	0,00%
6	Kerahasian	0	0	0	0,00%
7	Ketepatan	6	6	12	20,34%
8	Kebohongan	1	1	2	3,39%
9	Penipuan	0	0	0	0,00%

10	Pengungkapan	1	1	2	3,39%
11	Keuntungan	0	0	0	0,00%
12	Remunerasi	0	0	0	0,00%
13	Pembujukan	0	1	1	1,69%
14	Pengaruh	1	1	2	3,39%
15	Persaingan	0	0	0	0,00%
16	Pemburuan	0	0	0	0,00%
17	Pekerjaan	0	0	0	0,00%
18	Rekan Sejawat	2	2	4	6,78%
Total				59	100%

Tabel 4. Frekuensi Pelanggaran Kode Etik IPRA dalam Drama Queenmaker

No	Kode Etik	Coder		Frekuensi	Presentase
		1	2		
1	Ketaatan	3	3	6	2,70%
2	Integritas	0	0	0	0,00%
3	Dialog	5	5	10	4,50%
4	Keterbukaan	2	3	5	2,25%
5	Konflik	4	4	8	3,60%
6	Kerahasiaan	5	5	10	4,50%
7	Ketepatan	6	7	13	5,86%
8	Kebohongan	12	12	24	10,81%
9	Penipuan	10	10	20	9,01%
10	Pengungkapan	6	6	12	5,41%
11	Keuntungan	1	1	2	0,90%
12	Remunerasi	0	0	0	0,00%
13	Pembujukan	9	9	18	8,11%
14	Pengaruh	23	23	46	20,72%
15	Persaingan	21	21	42	18,92%
16	Pemburuan	2	2	4	1,80%
17	Pekerjaan	0	0	0	0,00%
18	Rekan Sejawat	1	1	2	0,90%
Total				222	100%

Berdasarkan dari hasil temuan data yang disajikan dalam tabel frekuensi diatas yang dilakukan oleh coder 1 dan coder 2, dimana adegan penerapan atau implementasi kode etik public relations IPRA dalam serial drama Queenmaker menampilkan adegan penerapan kode etik integritas yang memiliki persentase 13,56% dengan frekuensi sebanyak 8 adegan. Penerapan kode etik dialog memiliki persentase sebanyak 30,51% dengan frekuensi 18 adegan. Penerapan kode etik keterbukaan memiliki persentase 16,95% dengan frekuensi sebanyak 10 adegan. Implementasi kode etik ketepatan memiliki persentase sebanyak 20,34% dengan frekuensi 12 adegan. Penerapan kode etik pembujukan memiliki persentase 1,69% dengan frekuensi 1 adegan. Implementasi kode etik rekan sejawat memiliki persentase 6,78% dengan frekuensi 4 adegan dan penerapan kode etik menghindari kebohongan, pengungkapan, serta pengaruh memiliki persentase 3,39% dengan frekuensi sebanyak 2 adegan dalam serial drama Queenmaker tersebut.

Selain penerapan kode etik IPRA yang dilakukan oleh praktisi public relations dalam serial drama Queenmaker tersebut, terdapat juga adegan pelanggaran terhadap kode etik IPRA. Kode etik yang dilanggar diantaranya yaitu pelanggaran ketaatan yang memiliki persentase sebanyak 2,70% dengan frekuensi 6 adegan, pelanggaran kode etik dialog yang memiliki persentase sebanyak 4,50% dengan frekuensi 10 adegan. Pelanggaran kode etik keterbukaan yang memiliki persentase 2,25% dengan frekuensi 5 adegan. Frekuensi adegan pelanggaran terjadinya konflik kepentingan sebanyak 8 adegan dengan persentase 3,60%. Pelanggaran kode etik kerahasiaan yang memiliki persentase sebanyak 4,50% dengan frekuensi 10 adegan, ketepatan yang memiliki persentase 5,86% dengan 13 adegan, tindak kebohongan sebanyak 10,81% dengan 24 adegan, pembujukan sebanyak 8,11% dengan frekuensi 18 adegan. Tindakan penipuan yang memiliki 9,01% dengan 20 adegan, pelanggaran pengungkapan yang memiliki persentase sebanyak 5,41% dengan 12 adegan, dan pengaruh sebanyak 20,72% dengan frekuensi 46 adegan. Frekuensi adegan pelanggaran terjadinya persaingan sebanyak 42 adegan dengan 18,92%, pemburuan sebanyak 4 adegan dengan 1,80%, dan tindakan pelanggaran terhadap kode etik keuntungan serta rekan sejawat memiliki persentase sebanyak 0,90% dengan frekuensi 2 adegan pada drama Queenmaker.

B. Pembahasan

Berdasarkan pada hasil penelitian tersebut dari 57 adegan dalam drama Queenmaker terdapat 9 kode etik IPRA yang diterapkan, seperti implementasi kode etik **Integritas** dimana Hwang Do Hee selaku tokoh utama dan juga seseorang yang menekuni dunia public relation, Ia sangat menjunjung tinggi integritas dan menolak terlibat dalam praktik yang melanggar nilai moral dan hukum. Sehingga saat mengetahui tempat kerjanya melakukan pelanggaran dan ketidakadilan kepada karyawan, Ia memilih untuk keluar dan meninggalkan pekerjaannya.

Menghindari tindak kebohongan yang ditunjukkan oleh tim PR pada drama Queenmaker yang menolak untuk menggunakan informasi yang belum terbukti kebenarannya untuk menjatuhkan lawan politik dan justru mencari tahu yang sebenarnya karena seorang PR yang etis tidak akan menyebarkan serta melawan kebohongan dengan kebohongan, tetapi dengan kebenaran. **Pengungkapan** yang dilakukan oleh tim PR dari Oh Kyung So yang secara terbuka menjelaskan kepada media tentang latar belakang kliennya, alasan pencalonannya dan siapa saja yang terlibat dalam tim kampanyenya sehingga menjaga transparansi serta mencerminkan keterbukaan dalam mengungkap konflik kepentingan atau masa lalu yang relevan dengan peran profesional saat ini.

Penerapan kode etik **Pembujukan** yang dilakukan oleh tim PR dengan Menyusun strategi kampanye yang menyentuh untuk menarik simpati dengan argument rasional yang tetap sesuai etika dan tidak memanipulasi. **Pengaruh** seperti PR merancang strategi komunikasi yang mampu mengubah opini publik dan memberikan pengaruh positif terhadap klien mereka. **Rekan Sejawat** seperti tetap menjaga hubungan profesional terhadap rekan-rekan sesama praktisi PR, meskipun mereka berada di pihak lawan politik. Sehingga menunjukkan penghormatan terhadap seseorang dalam profesi yang sama, sesuai kode etik IPRA.

Selain itu, terdapat kecenderungan implementasi kode etik IPRA yang paling sering muncul dalam serial drama Queenmaker adalah keterbukaan, ketepatan, dan dialog, dengan presentase keterbukaan sebanyak 16,95%, ketepatan sebanyak 20,34%, dan dialog sebanyak 30,51%. Tindakan **Keterbukaan** yang dilakukan oleh praktisi public relations dalam serial drama ini yaitu berlaku jujur dan terbuka dalam mengungkapkan nama, organisasi dan kepentingan yang diwakili, seperti tindakan para praktisi PR yang mewakili masing masing paslon yang didukung pada serial drama ini.

Selanjutnya, ada penerapan tindakan **Ketepatan** yang dilakukan oleh para praktisi PR dalam serial drama Queenmaker ini seperti melakukan langkah langkah yang wajar untuk meyakinkan kebenaran dan ketepatan dari semua informasi yang diberikan, salah satunya melakukan konferensi pers untuk memberitahu kebenaran atau informasi yang menyangkut tentang kepentingan atau organisasi yang diusung. Dan kecenderungan presentase paling tinggi yaitu tindakan **Dialog** yang dilakukan oleh praktisi public relations dalam drama tersebut sebanyak 30,51%, dimana mereka sering melakukan rapat dan berdiskusi bersama untuk mengemukakan pendapat masing-masing serta membahas tentang strategi yang harus dilakukan untuk mendukung dan melindungi organisasi atau kepentingan yang diusungnya.

Tidak hanya adegan penerapan saja yang ada dalam drama Queenmaker, tetapi juga ada 15 kode etik IPRA yang dilanggar, seperti pelanggaran **Ketaatan** dimana Hwang Do Hee bersama tim nya menjalankan kampanye politik dengan cara-cara yang menyimpang dari aturan hukum dan etika, seperti menyebarkan isu tanpa bukti terkait lawan politiknya tanpa peduli hukum dan norma yang berlaku pada praktik PR. **Dialog**, dimana tim PR Eunsung Group menolak berdialog atau memberikan klarifikasi kepada publik soal tuduhan pelanggaran HAM terhadap pegawai dan tidak membuka ruang dialog yang jujur serta terbuka dengan publik atau pihak yang berkepentingan. **Pembujukan** yang dilakukan oleh tim PR masing masing pasangan calon walikota dengan memberikan imbalan yang tidak etis, menyuap media atau pejabat tertentu agar berpihak atau membungkam informasi negative dan memengaruhi opini publik.

Keterbukaan, dimana Eunsung Group menyembunyikan asal usul dana yang digunakan untuk kampanye besar-besaran paslonnya (dana kotor) demi menjaga citra perusahaan. Sehingga mereka tidak transparan dalam pengungkapan informasi penting kepada public. **Konflik kepentingan** dengan menyuruh preman bayaran untuk menutup mulut pendemo yang protes dengan Eunsung Group. **Kerahasian**, dimana Hwang Do Hee membocorkan informasi rahasia milik Eunsung Group ke publik untuk menjatuhkan mantan atasannya yang juga menjadi lawan politiknya dalam pemilihan walikota. Seharusnya sebagai seorang PR informasi rahasia harus dijaga berdasarkan etika profesional. **Penipuan** dengan membuat video dan mengedit seolah olah terjadi penyerang yang dilakukan oleh tim lawan. **Pemburuan** yang dilakukan oleh Hwang Do Hee dan timnya merekrut staf kampanye lawan dengan iming-iming jabatan tinggi dan bayaran besar.

Tindakan pelanggaran Pengungkapan, dimana tidak mengungkapkan bahwa ada media tertentu yang sudah dibayar oleh pihak kampanye untuk memihak calon tertentu. Selanjutnya ada pelanggaran kode etik **Ketepatan** yang dilakukan oleh tim PR Eunsung Group dengan menyusun strategi kampanye dan menyebarkan data yang dilebih lebihkan mengenai prestasi kliennya sehingga informasi yang disebarkan tidak akurat dan menyesatkan. **Keuntungan**, dimana tim PR menggunakan kampanye politik sebagai alat untuk memperoleh keuntungan pribadi dan posisi strategis. Memutarbalikkan opini publik dengan menggunakan jabatan atau pengaruh PR untuk meraih keuntungan pribadi yang tidak etis. **Rekan Sejawat**, dimana tokoh tokoh PR dan tim kampanye saling menjatuhkan untuk merebut kendali dan menutupi kesalahan pribadi tanpa menghormati solidaritas sesama profesional PR.

Ada pula kecenderungan pelanggaran kode etik yang paling tinggi dan sering terjadi dalam serial drama queenmaker adalah tindakan **Persaingan** sebanyak 18,92% seperti saling menjatuhkan lawan satu sama lain secara tidak sehat seperti mensabotase acara kampanye lawan, tindak **Kebohongan** sebanyak 10,81% seperti Hwang Do Hee dan timnya membuat strategi dengan menampilkan berita bohong untuk menutupi skandal dari kliennya dan memanipulasi media agar citra perusahaannya baik. Selain itu para praktisi public relations dalam serial drama ini melakukan tindakan penawaran atau melakukan tindakan yang bertentangan dengan hukum untuk hal yang dapat mempengaruhi pejabat publik, media dan pihak lain yang berkepentingan, seperti praktisi PR masing pasangan calon walikota Seoul yang menyebarkan sejumlah informasi melalui media dengan tujuan memengaruhi opini publik di Seoul. Dengan kata lain, tim PR dari masing-masing pasangan calon walikota Seoul telah melakukan aktivitas propaganda. Propaganda sendiri adalah tindakan yang tidak menyajikan informasi secara objektif, melainkan memberikan informasi yang dirancang untuk memengaruhi persepsi audiens.

Opini publik, propaganda, dan media massa memiliki keterkaitan yang erat. Media massa sering dimanfaatkan oleh individu atau kelompok tertentu, untuk menyebarkan isu-isu tertentu dengan tujuan memengaruhi masyarakat agar memberikan dukungan. Dalam hal ini, peran media menjadi sangat penting dalam menyeimbangkan informasi serta mengarahkan publik ke arah yang sesuai dengan etika dan moral yang berlaku. Masyarakat memiliki hak dan kebebasan sendiri, namun media tetap memegang peran penting dalam membentuk opini publik, karena pada kenyataannya, masyarakat sulit melepaskan diri dari pengaruh media.

Dan kecenderungan presentase pelanggaran paling tinggi yaitu tindakan **Mempengaruhi** (20,72%) yang dilakukan oleh praktisi public relations pada serial drama Queenmaker ini yaitu memaksa dan melakukan penawaran kepada orang-orang untuk melindungi, meningkatkan citra, dan mencari kemenangan dengan tindakan yang tidak jujur seperti melakukan suap kepada komisaris polisi agar menutup mulutnya terkait kasus yang merugikan organisasi atau kepentingan yang diwakili oleh praktisi PR, memberi uang kepada masyarakat saat melakukan kampanye untuk mencari dukungan terhadap pasangan calon walikota Seoul yang diusungnya.

Pada penelitian saat ini tidak hanya membahas penerapan kode etik IPRA saja tetapi juga membahas pelanggaran yang terkait dengan kode etik public relations tersebut, seperti yang sudah dijelaskan di atas. Sehingga penelitian ini berbeda dengan hasil yang didapat oleh penelitian sebelumnya yang hanya fokus pada penerapan kode etik IPRA saja, seperti hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Sa'diyah [18] pada penelitian mengenai Penerapan Kode Etik Public Relations IPRA dalam Serial Drama Jepang How to be Likeable in A Crisis yang menunjukkan penerapan konsep keterbukaan, dialog, implementasi kode etik IPRA untuk menghindari konflik kepentingan, menjaga kerahasiaan informasi, ketepatan, menghindari berita bohong, dan menerapkan kode etik public relations IPRA kepada rekan sejawat. Dan penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa, Amadea, dan Irwansyah [19] dalam penelitian mengenai Kode Etik Public Relations dalam Climate Change Communication : Tinjauan Literatur Sistematis, yang hanya menerapkan kode etik IPRA seperti, penerapan kode etik integritas, dialog, transparansi, menghindari konflik kepentingan personal, menjamin kebenaran dan keakuratan, tidak menyebarkan kebohongan, dan tidak menggunakan organisasi yang melayani kepentingan yang dirahasiakan.

IV. SIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat 9 kode etik IPRA yang diterapkan dalam serial drama *Queenmaker* antara lain integritas, dialog, keterbukaan, ketepatan, menghindari tindak kebohongan, pengungkapan, pembujukan, pengaruh, dan rekan sejawat dengan frekuensi tertinggi yang paling sering muncul ada pada tindakan dialog sebanyak 30,51%, dimana praktisi PR saling menghargai pendapat pada saat rapat atau berdiskusi bersama dalam membahas strategi untuk kemajuan, peningkatan citra, hingga kemenangan dari organisasi atau kepentingan yang diwakilinya.

Selain itu, ada 15 kode etik IPRA yang dilanggar dalam serial drama *Queenmaker* antara lain ketaatan, dialog, keterbukaan, konflik, kerahasiaan, ketepatan, kebohongan, penipuan, pengungkapan, keuntungan, pembujukan, pengaruh, persaingan, pemburuan, dan rekan sejawat dengan frekuensi pelanggaran yang paling sering muncul yaitu tindakan mempengaruhi sebanyak 20,72%, dimana bentuk pengaruh yang dilakukan oleh praktisi public relations tersebut seperti menghasut, memaksa, menyebarkan hal buruk hingga melakukan tindakan yang bertentangan dengan hukum untuk mempengaruhi pihak lawan, media, hingga masyarakat agar dapat bersimpati dan memberikan pilihan kepada masing-masing organisasi atau kepentingan yang diusung, seperti pasangan calon walikota Seoul yang diusung oleh masing-masing partai pada pemilu.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa dalam serial drama *Queenmaker* jumlah pelanggaran kode etik public relations IPRA lebih banyak dibandingkan dengan penerapannya. Temuan ini menunjukkan adanya dominasi representasi tindakan tidak etis dalam praktik public relations yang digambarkan dalam media massa. Padahal, sebagai media yang memiliki daya pengaruh besar terhadap penonton, drama sering dijadikan referensi atau cerminan kehidupan nyata. Jika pelanggaran etika lebih banyak ditampilkan, hal ini dikhawatirkan dapat membentuk persepsi negatif publik terhadap profesi public relations dan menormalisasi praktik yang tidak etis.

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan pertimbangan bagi pengembangan praktik PR yang lebih etis, profesional, berintegritas, dan bertanggung jawab di masa depan. Selain itu, diharapkan di masa depan akan semakin banyak drama atau tayangan audio-visual di media massa lainnya yang mengangkat profesi public relations dengan menonjolkan penerapan kode etik yang baik. Representasi positif semacam ini penting untuk memberikan contoh yang dapat menginspirasi, mendidik, dan membangun kesadaran etis baik bagi praktisi public relations maupun masyarakat luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan kemudahan-Nya. Terima kasih kepada kedua orang tua tersayang dan keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing tercinta atas arahan dan bimbingannya, serta kepada pasangan dan teman-teman yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kebersamaan selama proses penyusunan penelitian ini. Terakhir, terima kasih sebesar-besarnya kepada diri sendiri yang telah bertahan, berusaha, dan menyelesaikan penelitian ini dengan penuh komitmen dan kesabaran.

REFERENSI

- [1] D. R. Puspitasari, "Nilai Sosial Budaya Dalam Film Tilik (Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce) Social-Cultural Values In Tilik Film (Semiotic Study of Charles Sanders Peirce)," *Semiot. J. Komun.*, vol. 15, no. 1, pp. 10–18, 2021, [Online]. Available: <https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/view/2494>
- [2] Nurma Yuwita, "Representasi Nasionalisme Dalam Film Rudy Habibie (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)," *J. Herit.*, vol. 6, no. 1, pp. 40–48, 2018, doi: 10.35891/heritage.v6i1.1565.
- [3] A. Shabrina, "Analisis Semiotika Pada Drama Korea It's Okay to Not be Okay Episode 14&15," 2021, [Online]. Available: <http://repository.unpas.ac.id/55929/>
- [4] M. Pratiwi, "Analisis Semiotika Representasi Kode Etik Public Relations Pada Drama Korea Shooting Stars," 2022, [Online]. Available: <https://repository.unsri.ac.id/88381/>
- [5] Korea.net, "Drama *Queenmaker* Tempati Posisi Teratas Netflix Global Top 10." [Online]. Available: <https://indonesian.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=231619>
- [6] M. F. Akbar, Y. Evadiani, and I. Asniar, *Public Relations*. Ikatan Guru Indonesia (IGI) DIY, 2021. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=hLljEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=kode+etik+public+relations&ots=uWJJP6ZAI5&sig=J9x-nQgqVfPbLcv9jTjRE9BrQwo&redir_esc=y#v=onepage&q=kode+etik+public+relations&f=false
- [7] M. R. Yunus and E. B. Riatno, "Peran Public Relation dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility Pada PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Frans

- Kaisiepo Biak,” *J. Komunikasi, Polit. Sociol.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–24, 2019, [Online]. Available: <https://e-journal.iyb.ac.id/index.php/copisusu/article/view/163>
- [8] D. A. H. Putri and N. K. S. Ratmini, “Etika Profesi dan Profesionalisme Public Relations,” *Pariwisata Budaya J. Ilm. Agama dan Budaya*, pp. 1–26, 2017, [Online]. Available: <https://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud/article/view/48>
- [9] D. Rochmaniah, *Buku Ajar Dasar-Dasar Public Relations*. 2021. [Online]. Available: <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-6292-23-5>
- [10] IPRA, “Kode Etik IPRA.” [Online]. Available: https://www.ipra.org/static/media/uploads/code_of_conduct/indonesian.pdf
- [11] K. A. Rachmadita and P. Febriana, “Content Analysis of Clarin Hayes’ Personal Branding as a Doctor on Youtube,” *Indones. J. Innov. Stud.*, vol. 21, pp. 1–10, 2022, doi: 10.21070/ijins.v21i.826.
- [12] R. Asri, “Membaca Film Sebagai Sebuah Teks: Analisis Isi Film ‘Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (NKCTHI),’” *J. Al Azhar Indones. Seri Ilmu Sos.*, vol. 1, no. 2, p. 74, 2020, doi: 10.36722/jaiss.v1i2.462.
- [13] Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Lainnya*, 1st ed. Prenadamedia Group, 2011. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=bLo-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- [14] J. Macnamara, “Content Analysis,” *Mediat. Commun.*, no. October, pp. 191–212, 2018, doi: 10.1515/9783110481129-012.
- [15] B. I. Pratama, C. A. Pratama, M. Rizki, A. K. Illahi, D. Putri, and A. Sekti Ari, SE., MSA., *Metode Analisis Isi (Metode Penelitian Populer Ilmu-ilmu Sosial)*. 2021. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books/about/Metode_Analisis_Isi_Metode_Penelitian_Po.html?id=hCZdEAAQBAJ&redir_esc=y
- [16] N. Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books/about/METODE_PENELITIAN_KUANTITATIF.html?hl=id&id=tU1IBgAAQBAJ&redir_esc=y
- [17] A. Dwi Cahyani and Monika Pretty Aprilia, “Kekerasan terhadap Perempuan dalam Film Indonesia (Analisis Isi Kuantitatif dalam Film Indonesia dengan Latar 1998-2021),” *J. Mhs. Komun. Cantrik*, vol. 2, no. 1, pp. 1–14, 2022, doi: 10.20885/cantrik.vol2.iss1.art1.
- [18] N. H. Sa’diyah, “Penerapan Kode Etik Public Relations IPRA dalam Serial Drama Jepang How to be Likeable in A Crisis,” 2023, [Online]. Available: <https://repository.mercubuana.ac.id/77441/>
- [19] R. Khairunnisa, N. Amadea, I. Irwansyah, I. Komunikasi, and U. Indonesia, “Kode Etik Public Relations dalam Climate Change Communication : Tinjauan Literatur Sistematis,” pp. 1–14, 2024, [Online]. Available: <https://conference.ut.ac.id/index.php/semnasip/article/view/3062/1311>
- [20] I. Rahayu and A. Priliantini, “Representasi Kesetaraan Gender Dalam Partisipasi Politik Pada Serial Drama Korea Queen (Analisis Semiotika Roland Barthes),” *J. Komun. Massa*, vol. 17, no. 2, pp. 30–40, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.uns.ac.id/kom/article/view/95619>
- [21] D. H. Hafifah and N. F. Urfan, “Representasi Karakter Alpha Female Dalam Drama Korea Queenmaker,” *J. Pustaka Komun.*, pp. 1–14, 2024, [Online]. Available: <https://mail.journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/viewFile/3968/1675>
- [22] T. P. Kristiana, *Analisis Isi Kekerasan Dalam Film The Night Comes For Us*. 2019.
- [23] D. A. W. Sintowoko and S. A. Sari, “Costume and Feminism: Character in Film Kartini,” *Capture J. Seni Media Rekam*, vol. 13, no. 2, pp. 148–157, 2022, doi: 10.33153/capture.v13i2.3796.
- [24] R. Damastuti, “Membedah Feeds Instagram Produk Skincare Lokal (Analisis Isi Kuantitatif Akun Instagram Avoskin) Discovering Local Skincare Product Instagram Feeds (Quantitative Content Analysis Instagram Account Avoskin),” *Perspekt. Komun. J. Ilmu Komun. Polit. dan Komun. Bisnis*, pp. 1–11, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/12027>
- [25] R. Maulida, S. Purwanti, and Ghufroon, “Analisis Isi Kekerasan Verbal Dalam Sinetron Anak Langit Di Sctv Episode 342-346,” *eJournal Ilmu Komun.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–15, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/02/eJournal>

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.