



Similarity Report

Metadata

Name of the organization

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Title

SEMHAS DEA-1

Author(s) Coordinator






perpustakaan umsidapet

Organizational unit

Perpustakaan

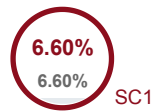
Alerts

In this section, you can find information regarding text modifications that may aim at temper with the analysis results. Invisible to the person evaluating the content of the document on a printout or in a file, they influence the phrases compared during text analysis (by causing intended misspellings) to conceal borrowings as well as to falsify values in the Similarity Report. It should be assessed whether the modifications are intentional or not.

Characters from another alphabet		0
Spreads		0
Micro spaces		1
Hidden characters		0
Paraphrases (SmartMarks)		25

Record of similarities

SCs indicate the percentage of the number of words found in other texts compared to the total number of words in the analysed document. Please note that high coefficient values do not automatically mean plagiarism. The report must be analyzed by an authorized person.

**25**

The phrase length for the SC 2

4969

Length in words

37303

Length in characters

Active lists of similarities

This list of sources below contains sources from various databases. The color of the text indicates in which source it was found. These sources and Similarity Coefficient values do not reflect direct plagiarism. It is necessary to open each source, analyze the content and correctness of the source crediting.

The 10 longest fragments

Color of the text



NO	TITLE OR SOURCE URL (DATABASE)	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	http://repositori.uin-alauddin.ac.id/20763/1/SKRIPSI%20EKO%20WARDANA.pdf	42 0.85 %
2	https://journal.stmiki.ac.id/index.php/jimik/article/download/842/627/	24 0.48 %
3	ANALISIS SEMIOTIK DALAM KONTEKS EKONOMI PADA IKLAN AQUA 100% MURNI, 100% INDONESIA (2024) DI TELEVISI Lia Latul Munawaroh, Cicik Dwi Cahyaningtyas, Nyoga Fery Afriyanto, Subastian Veron, Amalia Rifda Oktavia, Mochammad Taufiq Hidayat;	24 0.48 %

4	https://journal.stmiki.ac.id/index.php/jimik/article/download/842/627/	23 0.46 %
5	Profile of Students' Misconceptions on Substance Pressure Using a Three-tier Diagnostic Test Tjpto Prastowo, Sanjaya I Gusti Made, Putri Oktavia Damayanti Aji;	22 0.44 %
6	https://journal.stmiki.ac.id/index.php/jimik/article/download/842/627/	16 0.32 %
7	https://repository.uinsaizu.ac.id/8323/3/SETIANTO_MAKNA%20VISUAL%20AZAN%20MAGRIB%20DI%20ANTV%2C%20TRANS7%2C%20DAN%20KOMPASTV%20ANALISIS%20SEMIOTIKA%20ROLAND%20BARTHES.pdf	14 0.28 %
8	https://journal.ipb.ac.id/index.php/JIPI/article/download/46351/26339/	13 0.26 %
9	https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/8980/12/UNIKOM_NAJLA_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf	13 0.26 %
10	PENGEMBANGAN KETERAMPILAN ABAD 21 DI PESANTREN MODERN Ahmad Farid, Nur Zhafirah Hafizhah, Zahirah Zulfah Fatin, Maulida Nisaul Khomsah, Aghni Zakiatun Nabila, Siti Zuflihatul Magfiroh, Siti Nurisma;	12 0.24 %

from RefBooks database (2.60 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
Source: Paperity		
1	ANALISIS SEMIOTIK DALAM KONTEKS EKONOMI PADA IKLAN AQUA 100% MURNI, 100% INDONESIA (2024) DI TELEVISI Lia Latul Munawaroh, Cicik Dwi Cahyaningtyas, Nyoga Fery Afriyanto, Subastian Veron, Amalia Rifda Oktavia, Mochammad Taufiq Hidayat;	24 (1) 0.48 %
2	Profile of Students' Misconceptions on Substance Pressure Using a Three-tier Diagnostic Test Tjpto Prastowo, Sanjaya I Gusti Made, Putri Oktavia Damayanti Aji;	22 (1) 0.44 %
3	Representasi Premanisme dalam Film Pendek Loz Jogjakartoz (Analisis Semiotika Roland Barthes) Risdaminto Ryo Riandika, Nanda Ertika;	15 (3) 0.30 %
4	Analisis Semiotika Kekerasan terhadap Perempuan dalam Film Bombshell Almyra Zahidah, Aulia Rahmawati;	12 (1) 0.24 %
5	PENGEMBANGAN KETERAMPILAN ABAD 21 DI PESANTREN MODERN Ahmad Farid, Nur Zhafirah Hafizhah, Zahirah Zulfah Fatin, Maulida Nisaul Khomsah, Aghni Zakiatun Nabila, Siti Zuflihatul Magfiroh, Siti Nurisma;	12 (1) 0.24 %
6	PESAN DAKWAH DALAM FILM "HATI SUHITA" (SEMIOTIKA ROLAND BARTHES) Desi Syafriani, Helmi Wizra;	10 (1) 0.20 %
7	Analisis Makna Semiotika Roland Barthes Dalam Upacara Lengser Mapag Panganten Pada Pernikahan Adat Sunda Hikmah Siti Nurul Universitas Djuanda Bogor, Setiawan Koesworo Universitas Djuanda Bogor, Agustini Agustini Universitas Djuanda Bogor;	9 (1) 0.18 %
8	Analisis Semiotika Visual Orang Desa sebagai Objek Fotografi Okka Supardan Prayoga Adhitya;	8 (1) 0.16 %
9	Analisis Semiotika Dalam Film Gara-Gara Warisan Hanifa Amalia, Laila Affah, Nasichah Nasichah, Mubarak M. Zaki;	7 (1) 0.14 %
10	The Teaching of Doctrine in Casarosa's Film "Luca" Happy Anastasia;	5 (1) 0.10 %
11	Metode Penelitian Analisis Semiotik Media Sosial Pranindita Dwi Fadhlila, Aldi Priatmana, Almira Chintya;	5 (1) 0.10 %

from the home database (0.00 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
from the Database Exchange Program (0.00 %)		
NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
from the Internet (4.00 %)		
NO	SOURCE URL	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	https://journal.stmiki.ac.id/index.php/jimik/article/download/842/627/	63 (3) 1.27 %
2	http://repositori.uin-alauddin.ac.id/20763/1/SKRIPSI%20EKO%20WARDANA.pdf	42 (1) 0.85 %
3	https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/8980/12/UNIKOM_NAJLA_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf	19 (2) 0.38 %
4	https://repository.uinsaizu.ac.id/5934/1/COVER_BAB%20I%20PENDAHULUAN_BAB%20V%20PENUTU_P_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf	15 (2) 0.30 %
5	https://repository.uinsaizu.ac.id/8323/3/SETIANTO_MAKNA%20VISUAL%20AZAN%20MAGRIB%20DI%20ANTV%20TRANS%20DAN%20KOMPAS%20ANALISIS%20SEMIOTIKA%20ROLAND%20BARTHES.pdf	14 (1) 0.28 %
6	https://journal.ipb.ac.id/index.php/JIPI/article/download/46351/26339/	13 (1) 0.26 %
7	https://pssh.umsida.ac.id/index.php/pssh/article/view/605?articlesBySameAuthorPage=2	12 (1) 0.24 %
8	https://123dok.com/article/teori-semiotik-landasan-teori-tinjauan-pustaka.z1d7l5mv	11 (1) 0.22 %
9	https://www.questionai.id/essays-eRaB1lsGYh6/peran-pantun-dalam-melestarikan-adat-istiadat-di	10 (1) 0.20 %

List of accepted fragments (no accepted fragments)

NO	CONTENTS	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	----------	---------------------------------------

Type your title in here (8 pt)

ANALISIS SEMIOTIK KODE ETIK PUBLIC RELATIONS DALAM FILM AIR 2023

Dea Armawati 1, Ainur Rohmaniah 2,
1 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

DOI :-

Sections Info ABSTRACT

Article history: Submitted: November 23, 2022 Final Revised: January 11, 2023 Accepted: January 16, 2023 Published: January 31, 2023

Film sebagai media komunikasi massa tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga menjadi sarana penyampaian pesan-pesan sosial dan etika profesional. Salah satunya adalah film Air (2023), yang mengangkat kisah perjuangan tim pemasaran Nike dalam menjalin kerja sama dengan Michael Jordan melalui analisis kode etik Public Relations Society of America (PRSA). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi kode etik PRSA dalam film Air melalui pendekatan semiotik Roland Barthes. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis semiotik yang mencakup tiga tahapan: denotasi, konotasi, dan mitos. Data dianalisis dari adegan-adegan yang merepresentasikan praktik komunikasi PR dan penerapan nilai-nilai etis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film ini merepresentasikan prinsip-prinsip utama dalam kode etik PRSA seperti advokasi, kejujuran, keahlian independensi, loyalitas, dan keadilan terhadap klien, yang ditampilkan melalui simbol visual dan narasi karakter. Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pemahaman lebih dalam mengenai bagaimana nilai-nilai etika komunikasi ditampilkan dalam media populer serta menjadi referensi akademik dalam studi komunikasi dan kajian film.

Keywords: Public Relations, kode etik PRSA, film Air, semiotik Roland Barthes

INTRODUCTION

Film memiliki kemampuan unik untuk memengaruhi penontonnya melalui elemen audio-visual yang kompleks. Narasi yang menarik dalam sebuah film memungkinkan pesan yang terkandung di dalamnya lebih mudah diterima, baik secara tersurat maupun tersirat[1] Selain itu, film mengandung nilai-nilai yang mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk aspek sosial, moral, dan politik. Elemen gambar dan suara dalam film bekerja sama untuk menciptakan efek mendalam yang dapat membentuk pola pikir penonton dan mengajak mereka memahami realitas sosial yang direpresentasikan di dalamnya. Oleh karena itu, film sering kali dianalisis dengan pendekatan semiotika untuk memahami tanda-tanda yang muncul di dalamnya dan bagaimana tanda-tanda tersebut berkontribusi dalam membangun makna.

Semiotika adalah disiplin ilmu yang mempelajari tanda-tanda dan maknanya dalam berbagai konteks, termasuk dalam film[2]. Roland Barthes, sebagai salah satu tokoh utama dalam semiotika, mengembangkan teori yang membagi tanda menjadi tiga lapisan makna: denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi merujuk pada makna literal, konotasi menggambarkan makna yang lebih dalam atau simbolis, sedangkan mitos berkaitan dengan nilai-nilai budaya yang melatarbelakangi suatu fenomena[3]. Dalam konteks film, tanda-tanda semiotik sering muncul dalam bentuk simbol yang merepresentasikan objek atau gagasan tertentu. Semiotika juga membantu memahami bagaimana film membangun narasi dan menyampaikan pesan kepada penonton melalui kode-kode visual dan audio yang digunakan

Menurut Littlejohn dan Foss [4], semiotika memberikan kontribusi yang besar dalam teori komunikasi dengan menjelaskan bagaimana tanda-tanda menyampaikan pesan dalam suatu sistem komunikasi. Semiotika tidak hanya mengkaji tanda-tanda secara individu, tetapi juga sistem, aturan, dan konvensi yang mengaturnya, termasuk norma bahasa, kode, dan simbol yang digunakan dalam komunikasi. Dalam film, semiotika memainkan peran penting dalam menggambarkan berbagai aspek melalui simbol ikonik.[5] Film menggunakan elemen gambar dan audio untuk menyampaikan makna yang mendalam, menjadikannya objek penelitian yang menarik, terutama dalam memahami pesan-pesan yang terkandung di dalamnya. Dalam kehidupan sehari-hari, kita selalu dikelilingi oleh tanda-tanda yang mengandung makna, termasuk dalam media seperti film. Roland Barthes menyatakan bahwa semiotika adalah studi tentang objek, peristiwa, dan budaya yang dipahami melalui tanda-tanda[6]. Makna dalam semiotika memiliki fungsi penting dalam komunikasi, di mana denotasi menyampaikan pesan secara langsung, konotasi memberikan makna yang lebih dalam, dan mitos mencerminkan nilai-nilai budaya yang melatarbelakangi suatu fenomena.

Film *Air* (2023) adalah salah satu contoh karya yang kaya akan tanda dan makna. Film ini mengisahkan perjuangan Nike dalam menciptakan sepatu ikonik Air Jordan serta proses merekrut Michael Jordan sebagai brand ambassador. Disutradarai oleh Ben Affleck dan dibintangi oleh aktor-aktor ternama seperti Matt Damon dan Viola Davis, film ini berfokus pada strategi bisnis dan inovasi yang dilakukan Nike untuk mengubah citra mereknya di pasar sepatu olahraga. Selain menampilkan kisah bisnis, film ini juga menggambarkan dinamika hubungan antara Nike dan Michael Jordan, termasuk keputusan strategis yang berdampak besar terhadap citra merek tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis film *Air* (2023) dengan pendekatan semiotika Roland Barthes dalam konteks kode etik Public Relations Society of America (PRSA). Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana elemen-elemen visual dan naratif dalam film merepresentasikan prinsip-prinsip PRSA, seperti advokasi, kejujuran, keahlian, independensi, loyalitas, dan keadilan. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai relevansi kode etik PRSA dalam praktik hubungan masyarakat yang kompleks, serta bagaimana nilai-nilai etis ini direpresentasikan dalam film sebagai media komunikasi.

Film "Air" relevan untuk dianalisis menggunakan kode etik Public Relations Society of America (PRSA). Analisis terhadap film ini dilakukan melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, yang mencakup makna denotasi, konotasi, dan mitos. Pendekatan ini membantu memahami bagaimana simbol-simbol dalam film merepresentasikan nilai-nilai etika PRSA dan dampaknya terhadap citra merek Nike. Penelitian ini juga memiliki relevansi dengan ilmu komunikasi, seperti media baru, negosiasi, dan strategi komunikasi bisnis, karena menggambarkan bagaimana komunikasi strategis dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap sebuah merek.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan relevansi penggunaan semiotika dalam analisis film. Salah satu penelitian yang relevan adalah karya Panji Wibisono dan Yunita Sari (2021)[7], yang menganalisis film klasik "Bintang Kecil" dengan menggunakan pendekatan semiotika Barthes. Mereka menemukan bahwa film tersebut menyampaikan pesan moral melalui elemen visual dan naratif, seperti dialog dan latar tempat. Makna denotatif mencakup penggambaran pendidikan informal, sementara makna konotatif menyoroti kasih sayang antara orang tua dan anak. Mitos dalam film ini menggambarkan pentingnya pendidikan dan nilai keluarga.

Penelitian ini menunjukkan tanda-tanda visual dan naratif dapat digunakan untuk membangun pesan moral yang relevan bagi audiens modern. Persamaan artikel ini dengan penelitian sebelumnya yakni sama-sama menggunakan semiotik Roland Barthes, namun perbedaannya tidak menggunakan kode etik PRSA. Penelitian oleh Anderson Daniel Sudarto, Jhony Senduk, dan Max Rembang (2015) yang menganalisis film "Alangkah Lucunya Negeri Ini" [8] juga relevan dalam memahami bagaimana kode-kode semiotika digunakan untuk menyampaikan kritik sosial. Film tersebut menggunakan tanda-tanda visual dan dialog untuk menyampaikan pesan moral terkait pendidikan, pengangguran, dan kritik terhadap pemerintah. Dengan pendekatan Barthes, mereka mengidentifikasi makna denotatif, konotatif, dan mitos dalam elemen-elemen film, seperti adegan-adegan yang menggambarkan potret kehidupan anak jalanan dan kritik terhadap kebijakan struktural pemerintah.

Selanjutnya analisis semiotika Roland Barthes dalam film pendek "Tilik" (2018) [9] oleh Maulida Laily Kusuma Wati, Fatkhur Rohman, dan Tommi Yuniawan (2023). Penelitian ini mengungkapkan bagaimana kode-kode semiotika, seperti hermeneutik, semik, simbolik, proaeretik, dan kultural, digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai moral dalam film. Film "Tilik" menunjukkan bagaimana isu-isu sosial, seperti gosip dan etika bermasyarakat, dapat disampaikan melalui simbol-simbol budaya yang kuat. Penelitian ini memberikan wawasan tambahan tentang bagaimana film dapat merefleksikan nilai-nilai budaya dan moral melalui elemen-elemen semiotik yang kompleks.

Penelitian oleh Choiron Nasirin & Dyah Pithaloka (2022) berjudul "Analisis Semiotika Konsep Kekerasan Dalam Film The Raid 2: Berandal" [10] menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk mengidentifikasi representasi kekerasan dalam film aksi Indonesia The Raid 2: Berandal. Penelitian ini menemukan bahwa kekerasan dalam film hadir dalam berbagai bentuk, seperti kekerasan fisik (pemukulan, penusukan), kekerasan verbal (ejekan dan hinaan terhadap perempuan), hingga kekerasan simbolik yang disampaikan melalui gaya visual dan simbol senjata (seperti palu dan karambit). Penelitian ini mengkaji tanda-tanda dalam film melalui dua lapisan makna Barthes yaitu denotasi dan konotasi, serta mitos sebagai pembentuk nilai budaya dan sosial. Temuan mereka menunjukkan bahwa kekerasan yang ditampilkan tidak hanya sebagai efek dramatis, tetapi juga sebagai simbol kekuasaan, pembalasan, dan bahkan estetika visual dalam budaya populer. Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan yang signifikan. Persamaan utama terletak pada pendekatan yang digunakan, yaitu sama-sama mengandalkan semiotika Roland Barthes dalam menafsirkan makna tanda-tanda yang muncul dalam film. Keduanya juga menyoroti makna simbolik yang tersembunyi melalui elemen visual dan naratif film. Penelitian Nasirin dan Pithaloka berfokus pada representasi kekerasan dalam konteks aksi dan kriminalitas, sementara penelitian ini menekankan pada representasi nilai-nilai etika komunikasi publik berdasarkan kode etik PRSA

Penelitian lainnya dilakukan oleh Erlina Rumui (2016)[11], yang menganalisis pelanggaran kode etik PRSA dalam film "Thank You for Smoking." Penelitian ini menemukan bahwa tokoh utama dalam film tersebut melanggar beberapa aspek kode etik PRSA, seperti mengungkapkan rahasia perusahaan dan menyuap. Namun, tokoh tersebut juga menjalankan prinsip-prinsip etika PRSA, seperti kejujuran dan akurasi informasi. Studi ini menunjukkan bagaimana tanda-tanda visual dan verbal dalam film dapat digunakan untuk memperkuat pesan dan membangun narasi yang mendalam. dalam penelitian tersebut sama-sama menggunakan kode etik prsa namun artikel ini tidak menggunakan semiotic.

Dalam konteks film "Air," pendekatan semiotika Barthes dapat digunakan untuk menggali makna simbolis yang terkait dengan kode etik PRSA. Media baru menjadi elemen penting dalam memasarkan produk seperti Air Jordan, di mana inovasi dalam komunikasi digital memainkan peran strategis. Negosiasi yang terjadi antara Nike dan Michael Jordan menunjukkan hubungan dan strategi komunikasi dibangun untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Film ini juga memberikan wawasan tentang strategi komunikasi digunakan untuk membangun merek yang kuat dan berkelanjutan. Pendekatan semiotika tidak hanya relevan dalam memahami tanda-tanda dalam film tetapi juga dalam menjelaskan cara komunikasi dibangun dan disampaikan. Film "Air" menawarkan banyak elemen yang dapat dianalisis untuk menggali makna yang lebih dalam, terutama dalam konteks etika komunikasi dan branding. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana film dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan etis dan membangun citra merek yang kuat.

Teori Semiotik, **Semiotik berasal dari kata Yunani semeion yang berarti tanda.** semiotik adalah **cabang ilmu yang mempelajari tanda** dan bagaimana tanda-tanda tersebut menciptakan makna[12]. Dalam konteks penelitian media dan komunikasi, semiotik menjadi alat analisis penting untuk mengurai pesan-pesan yang tersembunyi dalam berbagai bentuk teks, termasuk film. bentuk fisik dari tanda seperti gambar, kata, atau suara dan petanda (signified), yaitu konsep atau makna yang diasosiasikan dengan tanda tersebut. Hubungan ini bersi fat arbitrer, artinya makna tanda sangat bergantung pada konteks budaya atau sistem tertentu. Semiotik Roland Barthes **Teori Roland Barthes (1915-1980), dalam teorinya Barthes mengembangkan semiotika menjadi 2 tingkatan pertandaan, yaitu denotasi dan konotasi. Kata konotasi berasal dari bahasa Latin connotare, "menjadi makna" dan mengarah pada tanda-tanda kultural yang terpisah/ berbeda dengan kata (dan bentuk-bentuk lain dari komunikasi).**

(Gambar: Two Orders of Signification)

Two Orders of Signification dari Barthes Roland Barthes (1915-1980) adalah seorang ahli semiotika asal Prancis yang mengembangkan teori tentang bagaimana tanda membentuk makna. Teori Barthes tentang semiotika dijelaskan melalui konsep Two Orders of Signification, yaitu dua tatanan makna yang terdiri dari denotasi pada tatanan pertama dan konotasi serta mitos pada tatanan kedua. Pada tatanan pertama, makna literal atau langsung terbentuk melalui hubungan antara penanda (signifier), yaitu bentuk fisik dari tanda (seperti gambar, kata, atau suara), dan petanda (signified), yaitu makna langsung yang diasosiasikan dengan penanda tersebut. [13]Sebagai contoh, gambar pohon sebagai penanda diidentifikasi secara literal sebagai "pohon" sebagai petanda. Pada tatanan kedua, tanda mendapatkan makna tambahan yang bersifat ideologis atau kultural melalui konotasi dan mitos.

Konotasi adalah makna tambahan yang muncul dari asosiasi budaya, emosi, atau pengalaman kolektif. Misalnya, pohon dapat diasosiasikan dengan kehidupan, kesuburan, atau alam. Sementara itu, mitos merupakan sistem tanda tingkat kedua yang mencerminkan ideologi atau pandangan dunia tertentu. Contohnya, pohon dalam konteks tertentu bisa menjadi simbol perlindungan lingkungan atau spiritualitas. Hubungan antara komponen-komponen ini menunjukkan bahwa makna literal pada tatanan pertama menjadi dasar bagi makna budaya dan ideologi pada tatanan kedua. Misalnya, bendera nasional memiliki makna denotatif sebagai potongan kain dengan warna dan pola tertentu. Namun, pada tingkat konotatif, bendera menjadi simbol patriotisme dan identitas bangsa, sedangkan pada tingkat mitos, bendera dapat menanamkan ideologi nasionalisme atau persatuan. Model semiotika Barthes ini membantu kita memahami bagaimana makna tanda dibentuk, dipengaruhi oleh budaya, dan digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai sosial serta ideologi tertentu.

PRSA Kode Etik Public Relations Society of America (PRSA) adalah seperangkat prinsip dan pedoman etis yang ditujukan untuk memandu para profesional hubungan masyarakat (humas) dalam menjalankan praktik mereka secara bertanggung jawab dan transparan. [14]Kode etik ini dirancang untuk memastikan bahwa anggota PRSA berperilaku dengan integritas dan profesionalisme dalam berinteraksi dengan klien, publik, serta media. Kode etik ini juga berfungsi sebagai standar moral yang membantu membangun kepercayaan dan kredibilitas dalam profesi humas. Dalam kode etik PRSA (PCA, 2020) terdapat enam prinsip utama yang menjadi pedoman dasar bagi para profesional humas, yaitu advokasi, kejujuran, keahlian, independensi, loyalitas, dan keadilan.[15]

Prinsip advokasi menekankan bahwa para profesional humas bertindak sebagai pendukung atau juru bicara yang bertanggung jawab bagi organisasi, klien, atau kepentingan publik yang mereka wakili. Mereka harus selalu berupaya untuk menyampaikan perspektif dan informasi yang akurat kepada publik serta berpartisipasi dalam perdebatan publik secara konstruktif. Sebagai advokat, mereka dituntut untuk memperjuangkan kepentingan klien atau organisasi dengan cara yang jujur, terbuka, dan etis tanpa mengorbankan kebenaran atau mengaburkan informasi. Prinsip kejujuran adalah landasan utama dalam praktik humas, di mana profesional humas harus selalu berkomunikasi dengan jujur dan transparan. Informasi yang disampaikan harus akurat, tidak menyesatkan, dan tidak dimanipulasi demi keuntungan sepihak. Kejujuran membantu membangun kepercayaan dengan klien, media, dan masyarakat, sedangkan menyembunyikan fakta atau menyebarkan informasi palsu dapat merusak reputasi dan kredibilitas jangka panjang.

Prinsip keahlian menekankan pentingnya meningkatkan pengetahuan profesional, keterampilan, dan kompetensi secara terus-menerus. Profesional humas diharapkan untuk selalu mengembangkan diri dan memperbarui pemahaman mereka terhadap praktik humas terkini. Dengan meningkatkan kompetensi, mereka dapat memberikan layanan yang berkualitas tinggi dan berdasarkan praktik terbaik, serta berkontribusi terhadap pengembangan profesi humas. Prinsip independensi menekankan pentingnya mempertahankan objektivitas dan kebebasan berpikir dalam memberikan nasihat profesional. Profesional humas harus tetap independen dalam memberikan rekomendasi kepada klien tanpa dipengaruhi oleh kepentingan pribadi atau tekanan eksternal. Independensi juga mencakup kemampuan untuk memberikan masukan kritis dan etis kepada klien, bahkan jika masukan tersebut tidak populer atau bertentangan dengan keinginan klien.[16]

Prinsip loyalitas mengacu pada komitmen untuk mendukung klien atau organisasi yang diwakili sambil tetap menjaga kepentingan publik. Loyalitas tidak berarti membenarkan praktik yang tidak etis, tetapi memberikan pelayanan terbaik sambil mempertimbangkan dampaknya terhadap masyarakat luas. Profesional humas juga diharapkan untuk menjaga kepercayaan dan kerahasiaan informasi yang diberikan oleh klien. Prinsip keadilan mendorong para profesional humas untuk memperlakukan semua pihak dengan adil dan hormat. Mereka diharapkan bersikap objektif, tidak memihak, serta menghindari

diskriminasi atau perlakuan tidak adil. Prinsip ini juga mencakup kewajiban untuk berperilaku adil terhadap pesaing dan tidak terlibat dalam praktik tidak etis seperti pencemaran nama baik atau sabotase. Keadilan membantu menciptakan lingkungan kerja dan profesional yang sehat, kompetitif, dan beretika.

RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotik Roland Barthes untuk menganalisis film Air (2023) dalam konteks kode etik PRSA. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali dan menginterpretasi elemen-elemen visual, naratif, dan simbolis yang terkandung dalam film secara mendalam.[17] Tahapan penelitian dirancang secara sistematis untuk memastikan bahwa analisis dilakukan secara menyeluruh dan sesuai dengan kaidah ilmiah. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap film, mencatat detail adegan dan simbol yang signifikan, serta membaca artikel, literatur, dan referensi lain yang relevan, terutama yang berkaitan dengan kode etik PRSA. Referensi ini mencakup prinsip-prinsip kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial dalam praktik hubungan masyarakat. Selain itu, teori semiotik Roland Barthes digunakan untuk membangun kerangka teori yang kuat dalam proses interpretasi tanda- **tanda yang muncul dalam film.**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik observasi terhadap film Air (2023). Observasi dilakukan secara mendalam menggunakan pendekatan semiotik Roland Barthes yang mencakup tiga tingkatan makna, **yaitu denotasi, konotasi, dan mitos.** Pada tingkat denotasi, peneliti mengumpulkan data berupa tanda-tanda yang muncul secara eksplisit dalam film, baik melalui dialog, simbol, latar visual, maupun elemen sinematik lainnya. Data yang dicatat meliputi adegan-adegan yang menampilkan simbol merek Nike, sosok Michael Jordan, serta elemen visual dan verbal lain yang relevan dengan narasi film. Pada tingkat konotasi, peneliti mencatat dan menganalisis makna simbolis di balik tanda-tanda tersebut.

Analisis ini bertujuan mengungkap makna yang lebih dalam, seperti bagaimana simbol-simbol tersebut tidak hanya membangun alur cerita tetapi juga membentuk citra merek Nike dan mengkomunikasikan nilai-nilai etis yang berhubungan dengan kode etik PRSA (Public Relations Society of America). Pada tingkat mitos, peneliti mengeksplorasi bagaimana tanda-tanda dan makna konotatif tersebut berkontribusi membentuk narasi besar yang merefleksikan konstruksi sosial dan budaya yang lebih luas, khususnya terkait citra kesuksesan, kerja keras, inovasi, serta etos bisnis yang dibangun melalui kolaborasi antara Nike dan Michael Jordan. Mitos yang terbangun memperlihatkan bagaimana film ini membentuk pemahaman masyarakat tentang nilai-nilai yang dijunjung Nike, sekaligus menunjukkan bagaimana etika PR turut diterapkan dalam membangun reputasi merek.

Selain observasi semiotik, penelitian ini juga mengumpulkan data kualitatif yang berfokus pada penerapan enam prinsip utama kode etik PRSA, yaitu advokasi, kejujuran, keahlian, independensi, loyalitas, dan keadilan. Peneliti mencatat bagaimana prinsip-prinsip tersebut tercermin dalam tindakan, strategi komunikasi, serta pengambilan keputusan yang dilakukan para karakter di sepanjang film.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dan metode[18]. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan hasil observasi film dengan literatur terkait, seperti artikel jurnal serta dokumen resmi. Sementara itu, triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan analisis semiotik Roland Barthes dan kajian etika PR, sehingga data yang diperoleh lebih kaya, valid, dan mendalam. Melalui kombinasi observasi semiotik, analisis mitos, serta kajian penerapan kode etik PRSA, penelitian ini memperoleh gambaran yang komprehensif tentang bagaimana film Air (2023) merepresentasikan penerapan nilai-nilai etis dalam praktik hubungan masyarakat, khususnya dalam membangun reputasi merek dan menghadapi dilema-dilema etis di dunia bisnis..

RESULTS AND DISCUSSION

Results

1. Advokasi (Advocacy)

Mendukung kepentingan klien atau organisasi secara jujur dan bertanggung jawab.

Gambar dan prinsip PRSA (scene) DENOTASI KONOTASI MITOS

Soony menjelaskan kepada Philips keahlian Jordan Sonny Vaccaro berdiri di kantornya, mengenakan polo cokelat dengan ekspresi serius. Ia menunjuk ke layar TV tabung yang menampilkan rekaman pertandingan bola basket, menyoroti momen penting Michael Jordan. Ruangan dipenuhi buku, memorabilia olahraga, dan poster atlet. Sonny berdiri dan menunjuk ke layar → menandakan antusiasme dan keyakinannya dalam menyampaikan argumen. TV tabung menampilkan Jordan dalam pertandingan → simbol bukti konkret yang digunakan Sonny untuk meyakinkan Phil. Keberhasilan berasal dari keputusan yang berani dan berbeda dari pendapat orang lain

2. Kejujuran (Honesty)

Memberikan informasi yang akurat dan jujur.

Gambar dan prinsip PRSA (scene) DENOTASI KONOTASI MITOS

(Sonny berbicara dengan Deloris di rumahnya) Sonny dan Deloris Jordan sedang duduk berhadapan disebuah taman membicarakan alasan kedatangan Sonny di kediaman Jordan. Posisi duduk Sonny dan Deloris menandakan keterbukaan saat sedang berinteraksi satu sama lain. Duduk berhadapan dalam budaya Barat sering dikaitkan dengan kejujuran dan kesetaraan dalam komunikasi. Dalam mitos komunikasi ideal, orang yang duduk berhadapan dapat melihat ekspresi satu sama lain dengan jelas, mengurangi kemungkinan manipulasi atau kebohongan.

3. Keahlian (Expertise)

Terus meningkatkan keterampilan profesional.

Gambar dan prinsip PRSA (scene) DENOTASI KONOTASI MITOS

(Nike mendesain Air Jordan) Tim Nike berdiri di sekitar meja kerja dengan sketsa sepatu di atasnya. Peter Moore, desainer utama, menjelaskan konsep warna merah-hitam yang melanggar aturan NBA. Posisi mereka yang berdiri di sekitar meja menunjukkan kerja sama tim dalam menciptakan sesuatu yang revolusioner. - Warna merah-hitam bukan hanya desain, tetapi juga simbol keberanian untuk melawan aturan. Sepatu bukan hanya perlengkapan olahraga, tetapi simbol identitas. Simbol warna merah: semangat revolusi, keberanian menentang sistem lama, dan simbol agresivitas pasar. Simbol warna hitam: hitam menjadi lambang perlawanan senyap terhadap kekuasaan yang mengikat, khususnya aturan konservatif NBA. -

Pelanggaran aturan bisa menjadi langkah inovasi, seperti banyak cerita sukses di industri kreatif dan bisnis

4. Independensi (Independence)

Bertindak secara objektif dan mandiri dalam pengambilan keputusan.

Gambar dan prinsip PRSA (scene) DENOTASI KONOTASI MITOS

(Deloris sebagai ibu dari Jordan menegosiasikan royalti untuk Jordan) Deloris duduk di meja negosiasi dengan tim Nike, berbicara dengan tenang namun tegas. Phil Knight dan timnya tampak terkejut dengan permintaannya. Deloris duduk tegap dan percaya diri, menunjukkan bahwa ia bukan sekadar ibu pemain, tetapi juga negosiator ulung. Ibu adalah orang yang berani memperjuangkan hak dari anaknya, yang mendukung dan membela kepentingan anak,

5. Loyalitas (Loyalty)

Setia kepada klien sambil tetap mempertahankan kepentingan publik.

Gambar dan prinsip PRSA (scene) DENOTASI KONOTASI MITOS

Sonny mempertahankan Jordan, walau harus mempertaruhkan kariernya. Sonny duduk berhadapan dengan Phillip, mempertaruhkan posisinya untuk rencana yang sudah dirancang Sonny. Sonny mempertaruhkan posisinya untuk bakat Jordan sebagai tanda bahwa dia sadar dengan resiko jabatan yang dia emban. Mitos bahwa seseorang yang memiliki bakat luar biasa akan selalu berhasil jika diberi kesempatan dan peluang. (Tim Nike tetap setia pada visi mereka) Sonny berdiri di depan Phil Knight di kantor Nike, berbicara dengan penuh keyakinan sementara Phil tampak berpikir keras. Sonny berdiri sementara Phil duduk menandakan bahwa ia berusaha meyakinkan seseorang yang memiliki otoritas lebih tinggi. Phil yang tampak ragu-ragu menunjukkan bahwa ia memahami risikonya, tetapi pada akhirnya mengikuti keyakinan timnya. Setia pada visi sendiri meski menghadapi tekanan adalah kunci kesuksesan, sebuah cerita klasik dalam bisnis dan inovasi. Keputusan revolusioner sering kali terjadi di balik layar, bukan di atas panggung besar.

6. Keadilan (Fairness)

Bertindak secara adil dalam mewakili semua pemangku kepentingan.

Gambar dan prinsip PRSA (scene) DENOTASI KONOTASI MITOS

(Jordan mendapatkan bagian dari keuntungan penjualan sepatu air Jordan) Terlihat Deloris sedang memegang telepon mengatakan hal apa yang akan kedua pihak dapat, matanya menatap kosong kedepan. Matanya menandakan bahwa Deloris sedang fokus dengan apa yang disampaikan olehnya di telepon itu. Mitos Melibatkan semua pihak secara setara dalam proses penyelesaian masalah sering kali dianggap sebagai bentuk keadilan yang ideal.

Discussion

Dari hasil penyajian data diatas, dapat dijelaskan bahwa kode etik Public Relations Society of America (PRSA) yang ada didalam Film Air (2023) menyajikan narasi yang kuat mengenai perjuangan tim Nike dalam menghadirkan inovasi sekaligus menjaga integritas komunikasi strategis mereka. Melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, dapat diidentifikasi bahwa enam prinsip kode etik PRSA diimplementasikan secara nyata dalam tindak tanduk tokoh-tokohnya. Berikut adalah pembahasan rinci dari masing-masing prinsip:

1. Advokasi (Advocacy)

Prinsip advokasi (menyuarakan kepentingan klien) ditampilkan dengan kuat dalam adegan ketika Sonny Vaccaro meyakinkan Phil Knight (CEO Nike) dan tim manajemen tentang potensi besar Michael Jordan. Sonny tidak hanya memperlihatkan cuplikan permainan Jordan, tetapi juga menyampaikan argumentasi logis dan emosional tentang bagaimana Jordan adalah simbol masa depan bagi dunia basket dan bisnis sepatu olahraga. Ia mengatakan bahwa Jordan tidak hanya pemain biasa, tetapi akan menjadi ikon budaya. Sonny bertindak sebagai juru bicara internal yang memperjuangkan ide strategis demi kepentingan besar perusahaan, menunjukkan bahwa seorang PR profesional perlu berani menyuarakan ide dan mendukung klien atau organisasinya secara bertanggung jawab.

2. Kejujuran (Honesty)

Nilai kejujuran tampak jelas saat Sonny mengunjungi rumah keluarga Jordan dan berbicara langsung dengan Deloris Jordan, ibu dari Michael. Sonny menyampaikan dengan lugas bahwa ia datang bukan hanya karena ingin merekrut Jordan, tetapi karena ia percaya Jordan memiliki nilai yang unik dan pantas diperlakukan secara berbeda. Ia mengakui bahwa Nike belum sepopuler Adidas atau Converse, namun ia tetap terbuka mengenai niat dan strateginya. Tindakan ini mencerminkan transparansi dalam komunikasi-Sonny tidak menutup-nutupi kelemahan Nike, melainkan mengajak keluarga Jordan untuk melihat potensi dan visi jangka panjang. Kejujuran seperti ini sangat penting dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas, terutama dalam dunia hubungan masyarakat.

3. Keahlian (Expertise)

Adegan yang menunjukkan Peter Moore dan tim desain Nike saat menciptakan konsep Air Jordan menyoroti pentingnya keahlian dan profesionalisme. Mereka tidak hanya membuat desain biasa, tetapi juga mempertimbangkan elemen psikologis, budaya, dan peraturan NBA. Mereka memilih warna merah-hitam yang mencolok dan berani, walau sadar bahwa itu bisa dilarang NBA. Desain ini bukan sekadar estetika, melainkan bentuk komunikasi visual yang menegaskan keberanian, kebebasan berekspresi, dan pemberontakan terhadap aturan kaku. Di sini terlihat bagaimana tim Nike berupaya terus meningkatkan kemampuan mereka untuk menyampaikan pesan kuat melalui produk, sebuah cerminan nyata dari prinsip keahlian dalam PR: kompetensi, inovasi, dan penguasaan konteks.

4. Independensi (Independence)

Deloris Jordan, meskipun hanya digambarkan sebagai seorang ibu rumah tangga, tampil sebagai figur independen yang mampu membuat keputusan besar tanpa intervensi dari pihak luar. Dalam salah satu adegan krusial, ia dengan tenang menegosiasikan klausul royalti untuk putranya-sebuah hal yang belum pernah terjadi di industri tersebut. Deloris tidak tunduk pada tekanan atau rayuan Nike, tetapi dengan penuh keyakinan meminta agar Jordan

mendapatkan bagian dari setiap pasang sepatu yang terjual. Tindakan ini menunjukkan independensi berpikir dan keberanian untuk memperjuangkan nilai yang adil, serta mengingatkan kita bahwa dalam dunia PR, penting untuk mempertahankan objektivitas dan integritas dalam pengambilan keputusan.

5. Loyalitas (Loyalty)

Sonny menunjukkan loyalitas luar biasa terhadap visinya, terhadap potensi Jordan, dan terhadap misi Nike. Meskipun menghadapi keraguan dari Phil Knight dan tekanan untuk mengikuti pendekatan tradisional, Sonny tetap teguh pada pilihannya. Ia bahkan mengatakan bahwa jika usulannya gagal, maka kariernya bisa hancur. Dalam satu adegan, Sonny secara emosional mempertaruhkan reputasinya demi memastikan bahwa Nike melakukan pendekatan eksklusif kepada Jordan. Loyalitas Sonny tidak bersifat buta-ia loyal karena percaya pada masa depan perusahaan dan integritas ide yang ia perjuangkan. Ini mencerminkan etika PR dalam mendukung klien atau organisasi, tetapi tetap dengan tujuan melindungi kepentingan jangka panjang dan publik.

6. Keadilan (Fairness)

Nilai keadilan paling nyata tergambar saat Deloris Jordan menegaskan bahwa Michael berhak atas bagian keuntungan dari penjualan sepatu yang menggunakan namanya. Dalam adegan telepon yang emosional, Deloris tidak menuntut bayaran besar, tetapi meminta pembagian yang adil-karena tanpa nama Michael, sepatu itu tidak akan punya makna. Adegan ini mencerminkan pentingnya memberikan penghargaan setara kepada semua pihak yang terlibat dalam keberhasilan produk atau proyek. Prinsip keadilan dalam PR menuntut adanya pengakuan yang proporsional, perlakuan setara, dan tidak memihak-dan film ini berhasil menampilkan nilai itu secara konkret melalui tokoh Deloris.

Penelitian ini memiliki relevansi dengan studi yang dilakukan oleh Erlina Rumui (2016) dalam film Thank You for Smoking, namun arah kesimpulannya berbanding terbalik. Dalam film tersebut, tokoh Nick Naylor sebagai praktisi PR banyak melakukan pelanggaran kode etik PRSA, seperti menyuap, menyembunyikan informasi, bahkan menyebarkan propaganda demi keuntungan industri rokok. Meskipun ada sisi positif, seperti keterbukaan dan keberanian, namun dominasi narasi dalam film Thank You for Smoking menyoroti konflik kepentingan dan manipulasi etika demi keuntungan sepihak. Berbeda dengan itu, film Air justru menampilkan bagaimana prinsip-prinsip PRSA dapat menjadi fondasi kuat dalam membangun strategi komunikasi yang sehat dan berkelanjutan. Film ini bukan hanya menceritakan keberhasilan bisnis, tetapi juga menegaskan bahwa etika dan keberanian untuk berbeda bisa menjadi kunci dalam menciptakan citra merek yang kuat dan bertanggung jawab.

CONCLUSION

Penelitian ini menganalisis film Air (2023) menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk mengeksplorasi penerapan nilai-nilai etika Public Relations Society of America (PRSA) dalam narasi film. Melalui analisis tanda-tanda denotasi, konotasi, dan mitos, ditemukan bahwa elemen-elemen visual dan simbolik dalam film secara konsisten merepresentasikan prinsip-prinsip PRSA, seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Film ini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan tetapi juga sebagai alat komunikasi strategis yang memperkuat citra merek Nike. Pendekatan semiotika Barthes memberikan wawasan mendalam tentang cara simbol-simbol dalam film membangun narasi etis yang relevan dengan praktik hubungan masyarakat. Penelitian ini menegaskan pentingnya komunikasi strategis, baik dalam negosiasi bisnis maupun dalam membangun hubungan dengan publik, sebagaimana tercermin dalam proses penciptaan produk Air Jordan dan kolaborasi Nike dengan Michael Jordan.

Hasil penelitian ini berkontribusi pada pemahaman akademis tentang penerapan teori semiotika dalam media populer serta implikasinya terhadap branding dan etika profesional dalam hubungan masyarakat. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa media film memiliki potensi yang besar dalam menyampaikan pesan moral dan etis yang berdampak positif pada persepsi publik terhadap sebuah merek.

Dengan demikian, film Air (2023) menjadi contoh yang signifikan tentang bagaimana integritas dan etika dalam komunikasi dapat diintegrasikan ke dalam narasi populer untuk mendukung praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

REFERENCES

- [1] D. E. Wijaya, "Analisis semiotika kecanduan merokok di film dokumenter 'Darurat! Sekolah Dikepung Iklan Rokok,'" J. Discourse Media Res., vol. 1, no. 01, pp. 13-27, 2022.
- [2] R. D. Pradopo, "Semiotika: teori, metode, dan penerapannya dalam pemaknaan sastra," Humaniora, vol. 11, no. 1, pp. 76-84, 1999.
- [3] A. Sobur, Semiotika komunikasi. Remaja Karya, 2017.
- [4] N. S. Talani, S. Kamuli, and G. Juniarti, "Problem tafsir semiotika dalam kajian media dan komunikasi: Sebuah tinjauan kritis," Bricol. J. Magister Ilmu Komun., vol. 9, no. 1, pp. 103-116, 2023.
- [5] R. K. Chandra, "Jurnal Digdaya: Pendidikan, Pengajaran dan Kebudayaan MAKNA SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DALAM FILM DI BAWAH LINDUNGAN KABAHA," J. Digdaya Pendidikan, Pengajaran dan Kebud., vol. 3, no. 2, pp. 1-5, 2024, doi: 10.31004/digdaya.vxix.xxx.
- [6] N. D. Prabawaningrum, "Representasi Maskulinitas Dalam Film Aquaman (Analisis Semiotika Roland Barthes)," J. Komun. Dan Kaji. Media, vol. 3, no. 1, pp. 1-31, 2019.
- [7] P. Wibisono and Y. Sari, "Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Bintang Ketjil Karya Wim Umboh Dan Misbach Yusa Bira," J. Din. Ilmu Komun., vol. 7, no. 1, pp. 30-43, 2021.
- [8] A. D. Sudarto, J. Senduk, and M. Rembang, "ANALISIS SEMIOTIKA FILM 'ALANGKAH LUCUNYA NEGERI INI' Oleh," J. "Acta Diurna, vol. IV, no. 1, 2015. [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/6713>
- [9] Maulida Laily Kusuma Wati, Fatkhur Rohman, and Tommi Yuniawan, "Analisis Semiotika Roland Barthes dan Nilai Moral dalam Film Pendek Tilik 2018 Karya Wahyu Agung Prasetya," J. Onoma Pendidikan, Bahasa, dan Sastra, vol. 9, no. 2, pp. 1306-1315, 2023, doi: 10.30605/onoma.v9i2.3023.
- [10] C. Nasirin and D. Pithaloka, "Analisis Semiotika Roland Barthes Konsep Kekerasan Dalam Film The Raid 2 Berandal," J. Discourse Media Res., vol. 1, no. 01, pp. 28-43, 2022.
- [11] U. K. Petra, E. Rumui, P. I. Komunikasi, U. Kristen, and P. Surabaya, "Analisis Isi mengenai Pelanggaran Kode Etik Profesi Public Relations dalam Film Thank You for Smoking," 2007.
- [12] N. W. Sartini, "Tinjauan teoritik tentang semiotik," Masyarakat, Kebud. Dan Polit., vol. 20, no. 1, pp. 1-10, 2007.
- [13] S. Yan and F. Ming, "Reinterpreting some key concepts in Barthes theory," J. Media Commun. Stud., vol. 7, no. 3, pp. 59-66, 2015.
- [14] PCA, "Code of Our Code of," no. March, 2020.

[15] I. D. A. H. Putri and N. K. S. Ratmini, "Etika Profesi dan Profesionalisme Public Relations," *PARIWISATA BUDAYA J. Ilm. PARIWISATA AGAMA DAN BUDAYA*, vol. 2, no. 1, pp. 44-69, 2017.

[16] S. Zuhri, "Etika Profesi Public Relations," Surabaya UPN Jatim Repos., 2007.

[17] **A. Anggito and J. Setiawan, Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.**

[18] M. Rahardjo, "Triangulasi dalam penelitian kualitatif," 2010.

*Ainur Rochmaniah (Corresponding Author) Department Communication Science, Faculty of Business, Law and Social Sciences, Muhammadiyah University of **Sidoarjo, Jl. Mojopahit No. 666 B Sidowayah, Celep, Sidoarjo, 61215, Indonesia** **Email:** ainur@umsida.ac.id