ANALISIS SEMIOTIKA REPRESENTASI PELANGGARAN KODE ETIK PUBLIC RELATION DALAM FILM THE IDES OF MARCH

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.KOM)

Oleh :

ANGGY AYU WANDARI

NIM : 0105172106

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA MEDAN

2021

ANALISIS SEMIOTIKA REPRESENTASI PELANGGARAN KODE ETIK PUBLIC RELATION DALAM FILM THE IDES OF MARCH

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

Anggy Ayu Wandari

Nim : 0105172106

Mengetahui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Suheri Harahap M.Si	**Dr. Anang Anas Azhar, M.A**
NIDN. 2013107202	**NIDN. 0104107401**

ANALISIS SEMIOTIKA REPRESENTASI PELANGGARAN KODE ETIK PUBLIC RELATION DALAM FILM THE IDES OF MARCH

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

Anggy Ayu Wandari

Nim : 0105172106

Mengetahui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Suheri Harahap M.Si	**Dr. Anang Anas Azhar, M.A**
NIDN. 2013107202	**NIDN. 0104107401**

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Alfikri, S.Sos, M.Si
NIDN. 2023038301

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : **Permohonan Persetujuan Pembimbing Skripsi**

Lampiran : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial

UIN Sumatera Utara Medan Di Medan

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama	: Anggy Ayu Wandari
NIM	: 0105172106
Judul Skripsi	: Analisis Semiotika Representasi Pelanggaran Kode Etik Public Relation Dalam Film The Ides Of March

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Medan, 22 Juli 2021

Mengetahui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Suheri Harahap M.Si	Dr. Anang Anas Azhar, M.A
NIDN. 2013107202	NIDN. 0104107401

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul "**Analisis Semiotika Representasi Pelanggaran Kode Etik Public Relation Dalam Film The Ides Of March**" atas nama Anggy Ayu Wandari, Nim. 0105172106 Program Studi Ilmu Komunikasi telah di munaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan pada tanggal : 30 Juli 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.KOM) pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Medan, 30 Juli 2021

Ketua	Sekretaris
Dr. Muhammad Alfikri, S.Sos, M.Si NIDN. 2023038301	Dr. Solihah Titin Sumanti, M.A NIDN. 2013067301

Penguji

Pembimbing 1	Pembimbing II
Suheri Harahap, M. Si NIDN. 2013107202	Dr. Anang Anas Azhar, M.A NIDN. 0104107401

Penguji I	Penguji II
Dr. Solihah Titin Sumanti, M.A NIDN. 2013067301	Dr. Muhammad Alfikri, S.Sos, M.Si NIDN. 2023038301

Mengetahui,
Dekan FIS UINSU

Dr. Maraimbang Daulay M.A
NIDN. 2029066903

MOTTO

"Jika memiliki kesempatan untuk meningkatkan setiap aspek diri, maka bekerja keraslah untuk mewujudkannya daripada hanya duduk diam. Sebab jika kamu tidak bekerja keras, tidak akan ada hasil yang baik."

-Uri Sunshine-

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Anggy Ayu Wandari
NIM	: 0105172106
Tempat/ Tgl. Lahir	: Medan, 02 Oktober 1999
Pekerjaan	: Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UIN SU Medan
Alamat	: Jl. Sei Mencirim Gg. Muslim No. 51 Medan Krio

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul "**Analisis Semiotika Representasi Pelanggaran Kode Etik Public Relation Dalam Film The Ides Of March**", adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Medan, 10 Juni 2021

Yang membuat pernyataan

Anggy Ayu Wandari

NIM: 0105172106

Nama	:	Anggy Ayu Wandari
NIM	:	0105172106
Judul	:	Analisis Semiotika Representasi Pelanggaran Kode Etik Public Relation Dalam Film The Ides Of March
Pembimbing 1	:	Suheri Harahap M.Si
Pembimbing 2	:	Dr. Anang Anas Azhar, M.A

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Analisis Semiotika Representasi Pelanggaran Kode Etik Public Relation Dalam Film The Ides Of March". Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Film The Ides Of March merepresentasikan unsur pelanggaran kode etik Public Relation berdasarkan standart kode etik *International Public Relation Association* (IPRA). Penelitian ini menggunakan teori representasi dan teori semiotika. Objek pada penelitian ini adalah adegan pada Film The Ides Of March. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik analisis semiotika Charles Sanders Pierce yang mengkaji mengenai tanda, objek sehingga memunculkan suatu interpretant.

Berdasarkan temuan tersebut maka diperoleh tanda bahwa dalam film The Ides Of March tokoh Stephen telah melakukan pelanggaran kode etik IPRA. Dimana objek pelanggaran kode etik tersebut yaitu diantaranya, pelanggaran terhadap integritas dimana adanya tindakan yang tidak berlandaskan kejujuran, pelanggaran terhadap kerahasiaan informasi, adanya tindakan persaingan dan pemburuan, lalu tindakan mempengaruhi dan membujuk serta tindakan konflik kepentingan. Apabila diklasifikasikan maka *sign* (tanda) dalam film ini termasuk kedalam kategori *sinsign*, *object*-nya (acuan tanda) termasuk kedalam kategori *symbol* sedangkan *interpretant*-nya (penggunaan tanda) termasuk kedalam kategori *argument*.

Kata Kunci : *Representasi, Semiotika, Kode Etik IPRA*

Nama	:	Anggy Ayu Wandari
NIM	:	0105172106
Judul	:	Analisis Semiotika Representasi Pelanggaran Kode Etik Public Relation Dalam Film The Ides Of March
Pembimbing 1	:	Suheri Harahap M.Si
Pembimbing 2	:	Dr. Anang Anas Azhar, M.A

ABSTRACK

The study was entitled "a semiotics analysis of the public relation of ethical violations in the ides of march." The purpose of this study is to learn how the motion picture the ides of march represents elements of public ethics violations based on the standard of ethics code of the international public relation association (ipra). The study used the theory of representation and semiotics. The object of this research is the scene in the ides of march. The method used was a descriptive qualitative method. The study uses a semiotical analysis technique of Charles sanders Pierce that studies marks, objects that provide an interpretation.

Based on the findings, the signs suggest that in the movie the ides of march the character Stephen was violating ipra code of conduct. Where the object of a code of ethics is among them, the violation of integrity where there is an act not based on honesty, a violation of information secrecy, an act of competition and poaching, and then an action to influence and persuade and conflict of interest. When classified, then sign in the film falls into the sinsign category, the host (sign reference) is part of the symbol and the interpretation (sign usage) is stated into the arguments category.

Keyword: *Representation, Semiotics, IPRA code*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah Swt atas seluruh limpahan rahmat serta nikmat yang tak pernah terputus tercurahkan sehingga penulis mampu menuntaskan penyusunan skripsi ini seperti yang diharapkan. Serta tidak lupa shalawat serta salam kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW atas segala risalah Islam berbentuk ajaran ilmu yang benar lagi sempurna sehingga menjadikan umat manusia cerdas dalam berpikir dan juga bertindak.

Skripsi yang bertajuk "Analisis Semiotika Representasi Pelanggaran Kode Etik Public Relation Dalam Film The Ides Of March" disusun dalam rangka memenuhi tugas serta melengkapi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan.

Penulis telah berupaya dengan seluruh usaha yang dilakukan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Akan tetapi, penulis tentu menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan serta kelemahan baik dari segi isi ataupun tata bahasa, perihal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik serta anjuran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Sekiranya skripsi ini dapat berguna dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan serta penulis mengharapkan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Dalam proses penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari pengarahan, bimbingan serta bantuan yang penulis peroleh dari beberapa pihak sehingga mampu mengatasi segala hambatan yang dihadapi. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam memberikan dukungan serta bantuan dalam bentuk moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Oleh sebab itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syahrin Harahap, MA selaku Rektor UIN Sumatera Utara.

2. Bapak Dr. Maraimbang Daulay, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara
3. Bapak Dr. Muhammad Al Fikri Matondang, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan serta Ibu Dr. Solihah Titin Sumanti, M.A selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial yang telah dengan tulus memberikan arahan, motivasi serta nasihat kepada penulis.
4. Bapak Suheri Harahap, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. Anang Anas Azhar, MA selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan serta motivasi kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan sesuai yang diharapkan.
5. Bapak/Ibu dosen serta seluruh staf pegawai Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan yang telah memberikan pelayanan, bantuan serta mendidik penulis selama masa perkuliahan berlangsung.
6. Teristimewa penulis ucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua penulis yaitu ayahanda Surya Budi Anto dan Ibunda Misdiana serta ketiga adik-adikku yang selalu memberikan dukungan serta doa tulus yang tak pernah putus dan limpahan kasih sayang tak terhingga sehingga penulis mampu menghadapi segala hambatan yang ada dari awal memasuki dunia perkuliahan, hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Para sahabat dekat Taufik Idris, Ardian Nurul Puspita, Meilinia Silvia, Indry Ayu Desvira, Fuzi Soleha, Fazrul Falah, Pradinda Rahmadilla, Rahil Fauzan, Abdul Aziz, Ahmad Deni Sinambela, Lili Andriani dan Alfian yang menemani penulis dimasa perkuliahan dan telah banyak memberikan semangat serta motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Serta teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2017.

Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Sekali lagi penulis ucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan dari semua pihak

baik secara moril maupun materil. Akhirnya, hanya kepada Allah Swt penulis berharap semoga segala bantuan yang diperoleh penulis bernilai ibadah di sisi-Nya.

Amin amin amin ya rabbal'alamin.Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Medan, 14 Juli 2021

Penulis,

Anggy Ayu Wandari

NIM.0105172106

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iv
MOTTO v
PERNYATAAN ORISINALITAS vi
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xii
DAFTAR GAMBAR xiv

BAB I : PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Batasan Masalah 5
C. Rumusan Masalah 6
D. Tujuan Penelitian 6
E. Manfaat Penelitian 7

BAB II : LANDASAN TEORETIS 8
A. Definisi Konseptual 8
1. Analisis Semiotika 9
2. Konsep Representasi 10
3. Konsep Public Relation 11
4. Kode Etik Public Relation 16
5. Film Sebagai Media Komunikasi Massa 17
B. Kerangka Teori 18
C. Kajian Terdahulu 21

BAB III : METODE PENELITIAN 23
A. Metode dan Pendekatan Penelitian.....23
B. Sumber Data Penelitian 24
C. Teknik Pengumpulan Data 24
D. Teknik Analisis Data 25

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....27
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....27
B. Hasil Penelitian.....30
C. Analisis Temuan.....62

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....65
A. Kesimpulan.....65
B. Saran 65

DAFTAR PUSTAKA 67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Poster Film The Ides Of March.....28

Gambar 1.2 : Pemeran Film The Ides Of March.....27

Gambar 1.3 : Paul Mengintrogasi Stephen.....32

Gambar 1.4 : Dialog Mike Morris Yang Bertanya Kepada Stephen Perihal Kampanye.....35

Gambar 1.5 : Dialog Stephen Yang Akan Membocorkan Strategi Kampanye Milik Pemimpinnya Kepada Pihak Lawan.....40

Gambar 1.6 : Dialog Stephen Yang Meminta Morris Untuk Memecat Paul.....45

Gambar 1.7 : Paul Berbicara dengan Stephen.....49

Gambar 1.8 : Stephen dan Paul sedang berbicara dengan Mike.....53

Gambar 1.9 : Stephen Berbicara Dengan Ben Mengenai Keuangan Kas Partai....57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan masa kini kearah yang lebih modern berdampak pada seluruh aspek kehidupan termasuk komunikasi. Komunikasi yang merupakan jembatan antara satu orang dengan lainnya untuk saling berinteraksi semakin mengalami perubahan yang signifikan (Mulyana, 2010:69). Pada masa kini kehadiran komunikasi massa membantu penyebarluasan informasi secara cepat dan menyeluruh. Berbagai bentuk media komunikasi massa pun semakin beragam, salah satunya adalah Film.

Film merupakan salah satu saluran media massa yang berisi pesan dari sebuah realitas fenomena sosial sehari-hari untuk kemudian diproyeksikan ke layar kaca. Film selalu merekam kenyataan yang terjadi di lingkungan sosial. Agar lebih mudah di terima maka realitas tersebut dibungkus dengan gambaran yang menarik dari sebuah film. Layaknya sebuah media massa, film lebih mudah mempengaruhi masyarakat lewat jalan cerita yang diangkat. Film memanfaatkan audio visual serta gerakan dalam penyampaian pesannya. Alur cerita yang terkesan menarik menjadikan film lebih mudah mempengaruhi minat penonton. Tanpa disadari, film memberikan akses kepada penonton untuk menangkap pesan yang tersirat dalam jalan cerita untuk dikaitkan pada realitas sosial di lingkungan.

Salah satu kritikus sinematografi Jean-Baptiste Thoret (Jean, 2017: 44) dalam bukunya *Talk About Cinemas* mengungkapkan bahwa film tersebut memiliki posisi penting untuk mentransmisikan pesan dan mempengaruhi audiens di seluruh dunia yang dibangun oleh pembuat film. Ide suatu film di angkat dari realitas sebenarnya. Banyak sekali film yang mengangkat kisah sebenarnya dalam sebuah lingkungan masyarakat. Sehingga banyak pesan ideologis dari sebuah film yang mampu mengubah pola pikir para penontonnya. (Idy Subandy, 2011) Selain itu, menurut Dr.Zuly Qodir pada seminar Perkembangan media, Religi dan Politik

bahwa anak muda lebih menyukai menonton film dan televisi sebab menonton menjadikan mereka lebih cepat dalam menyerap informasi serta menganalisis apa yang ditonton.

Pada dasarnya suatu film dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda tersebutlah yang dapat diartikan menjadi sebuah makna yang mampu mempengaruhi pola pikir penontonnya. Hal terpenting dalam film ini adalah gambar dan ucapannya. Berbicara mengenai tanda dalam film, semiotika menjadi bidang kajian yang banyak dipergunakan untuk memaknai tanda-tanda tersebut. Semiotika lebih penting menggunakan simbol ikonik yang dapat menggambarkan hal-hal tertentu. (Alex Sobur, 2006: 128). Sehingga tak heran, jika film kerap dijadikan bahan pembelajaran yang menarik untuk dipelajari dalam berbagai genre.

Banyak sekali film dengan berbagai genre yang memiliki banyak tanda serta dapat diulas maknannya. Film *The Ides Of March* salah satu rujukan film yang dapat diulas maknanya dari setiap tanda yang ditampilkan pada setiap adegan yang ada. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa keberadaan realitas sosial menjadi dasar ide terbentuknya sebuah film. *The Ides Of March* mengangkat realitas seorang praktisi Public Relation sebagai ide cerita.

The Ides Of March ialah film yang mengangkat suatu realita mengenai praktisi public relation dalam dunia politik. Film ini mengisahkan perjuangan Stephen Meyer selaku Manajer Deputi Kampanye yang juga sebagai praktisi Public Relation. Ia bertugas dalam mengumpulkan suara dan menampilkan citra baik untuk Gubernur Pennysvania dari sebuah partai bernama Mike Morris yang mencalonkan diri menjadi seorang Presiden. Film ini memiliki *scenario* cerita yang lebih menekankan pada hubungan antara praktisi dengan pimpinannya. Isu terhadap kesetiaan serta kejujuran menjadi focus utama dalam film ini.

Jika membahas mengenai keberadaan seorang Praktisi Public Relation tentu sangat diperlukan dalam suatu lembaga. Public Relation dapat dikatakan menjadi

garda terdepan dari suatu lembaga untuk memperoleh atensi publik serta pembentukan citra yang baik demi mempertahankan eksistensi lembaga yang dinaungi. Hal tersebut pun juga dilakukan oleh tokoh dalam film *The Ides Of March* yang diperankan oleh Stephen Meyers.

Tentunya dalam memperoleh atensi publik ada banyak sekali tindakan-tindakan yang harus dilakukan oleh seorang Public Relation. Tindakan tersebut tentunya harus dibarengi dengan standar etika yang ditetapkan dimana kebenaran smerupakan kunci utama dari setiap perilaku, sehingga akan tercipta praktisi yang memiliki integritas serta kreadibilitas yang baik.

Adanya Etika menjadi kunci tentang benar atau salahnya perilaku manusia. Semua profesi dituntut untuk menjalankan setiap kegiatan sejalan dengan kode etik yang berlaku pada profesi tersebut. Pada setiap profesi apapun itu kode etik menjadi sesuatu hal yang mutlak sebagai rujukan perilaku dalam setiap kedudukan dan tugasnya sejalan dengan profesi yang diemban.

Perihal itu juga diterapkan pada profesi Public Relation dengan berbagai kode etik yang telah disahkan. Dimana dalam menjalankan profesi selaku Public Relation terdapat kode etik yang diberlakukan, diresmikan dan harus dipatuhi. Lembaga Public Relation yang merancang kode etik profesi Public Relation dunia yaitu *IPRA (International Public Relation Association)* yang secara garis besar mencakup 4 kode perilaku yang menjadi *Standart Moral of Public Relation* (Rosady,2001:73-79).

Dimana keempat kode perilaku ini diperluas kembali menjadi 18 tindakan yang harus dipatuhi oleh seorang Public Relation. Kode etik Public Relation berdasarkan standart IPRA memiliki konsep ideal yang sangat berpegang teguh pada kreadibilitas serta kepercayaan yang diberikan baik dari pihak internal maupun eksternal. Dalam standart IPRA, integritas pribadi merupakan kunci yang paling utama.

Adanya ketetapan kode etik tersebut ternyata belum mampu menimalisir adanya tindak pelanggaran kode etik Public Relation. Kenyataan tersebut memang disayangkan, ketetapan kode etik yang telah terlampir hanya akan menjadi runtutan kata-kata tidak bermakna tentunya jika setiap praktisinya tidak menjalankan dengan semestinya. Apalagi jika membicarakan mengenai pelanggaran kode etik Public Relation, sangatlah minim ditemui gambaran seperti apa bentuk-bentuk pelanggaran tersebut. Untuk itu dirasa perlu adanya sebuah penggambaran secara sistematis dan terperinci mengenai bagaimana bentuk-bentuk dari pelanggaran kode etik Public Relation yang dapat menjadi contoh bagi setiap calon praktisi Public Relation. Dimana pada penelitian ini, peneliti menggunakan sebuah film sebagai objek penelitian yang akan memberikan gambaran mengenai bentuk-bentuk dari pelanggaran tersebut.

Jika dikaitkan pada film *The Ides Of March,* ada salah satu dialog yang mencerminkan suatu pelanggaran kode etik Public Relation. Dialog yang diucapkan oleh tokoh Mike yaitu , "*Aku membayar Paul untuk menggunakan kata "bagus". Aku membayar mu untuk memberitahu yang sebenarnya*" kalimat pada dialog tersebut jika dianalisis akan mewakilkan adanya suatu pelanggaran kode etik Public Relation terhadap integritas diri. Salah satu dialog tersebut, dapat menjadi gambaran mengenai bentuk pelanggaran kode etik yang sebenarnya.

Dalam buku *Crisis Public Relation* karya Firsan Nova (2009:18) dinyatakan bahwa apa yang dianggap benar oleh seorang individu belum tentu dianggap benar pula oleh individu yang lain, hal ini yang mengakibatkan banyaknya terjadi pelanggaran kode etik. Sehingga bercermin melalui masalah yang ada seorang Public Relation sudah seharusnya menerapkan kode etik professional yang berlandaskan kejujuran serta kebenaran.

Film ini menjadi layak untuk diteliti sebab film sepatutnya menunjukkan hal bersifat positif sehingga dapat mendidik dan menjadi contoh bagi yang menontonnya. Tetapi kebalikannya, pada film ini menampilkan pelanggaran yang terjadi dalam bidang profesi *Public Relation* terkhusus dalam dunia politik.

Penelitian ini pun didukung juga dengan observasi awal terhadap penelitian lainnya, oleh Alfath Yosiana Putri yaitu mengenai etos kerja praktisi Public Relation dalam film *The Ides Of March*(Yosiana, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Alfath hanya memfokuskan bagaimana etos kerja praktisi Public Relation bekerja dalam film ini, namun pada penelitian ini difokuskan kepada representasi atas pelanggaran kode etik yang terjadi dalam film ini. Representasi atas pelanggaran tersebut, dapat menjadi contoh atas kegiatan seperti apa yang dapat dikategorikan mengandung suatu pelanggaran kode etik Public Relation.

Berbicara mengenai representasi yang merupakan penghubung antara konsep dipikiran dengan penggunaan bahasa untuk memberikan arti pada sebuah objek, Konsep representasi sering dimanfaatkan dalam proses penggambaran atara teks yang ditampilkan dengan realitas kenyataan di lingkungan. Representasi menjadi suatu cara bagi seorang peneliti untuk memberikan suatu pemaknaan dari sebuah teks yang ditampilkan.

Berdasarkan hal tersebutlah, peneliti tertarik ingin mengetahui bentuk-bentuk pelanggaran kode etik profesi Public Relation yang direpresentasikan dalam film "*The Ides Of March*" berdasarkan pada kode etik *International Public Relation Association* (IPRA) dengan menggunakan analisis semiotika. Penggunakan analisis ini, memudahkan peneliti untuk mengetahui pemaknaan mengenai masalah yang diteliti.

B. Batasan Istilah

Berdasarkan atas apa yang telah dikemukakan, maka peneliti membuat batasan dengan maksud untuk memperjelas hal yang akan diteliti sehingga menghindari meluasnya pembahasan dari penelitian ini . Dengan begitu akan membantu peneliti untuk tetap mengacu kepada topik yang dituju dalam penelitian. Adapun batasan istilah yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu :

1. Representasi Pelanggaran Kode Etik

Pada penelitian ini, representasi pelanggaran kode etik yang dimaksud adalah gambaran mengenai perbuatan yang dilakukan oleh seorang praktisi yang melanggar kode etik yang ditampilkan oleh suatu media. Dimana fokus pelanggaran kode etik tersebut berdasarkan ketetapan standart kode etik *International Public Relation Association* (IPRA)

2. Public Relation

Pada penelitian ini, pelanggaran kode etik yang dimaksudkan terjadi pada profesi Public Relation. Jika diibaratkan, seorang Public Relation dapat dikatakan sebagai jembatan yang menghubungkan antara pihak internal dengan pihak eksternal.

3. The Ides Of March

Penelitian ini menjadikan film The Ides Of March sebagai objek penelitiannya. ***The Ides Of March*** merupakan film drama thriller Amerika yang di rilis secara perdana pada tanggal 31 Agustus 2011 di Festival Film Venesia. Film berdurasi 101 menit ini menceritakan kisah seorang Public Relation bernama Stephen Meyers.

4. Semiotika Charles Sanders Peirce

Peneliti menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Peirce untuk mengamati tanda yang terdapat pada film yang dimaksud. Semiotika model Charles Sanders Peirce menggunakan teori *triangle meaning* untuk mengamati setiap tandanya. (Indiwan, 2013:18)

C. Rumusan Masalah

Atas dasar latar penelitian yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah pada penelitian ialah :

1. Bagaimana bentuk pelanggaran kode etik Public Relation berdasarkan standart *IPRA* dalam film *The Ides Of March*?

2. Bagaimana analisis semiotika representasi pelanggaran kode etik Public Relation berdasarkan standart *IPRA* yang ditampilkan dalam film *The Ides Of March*?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui bentuk pelanggaran kode etik Public Relation berdasarkan standart *IPRA* dalam film *The Ides Of March.*
2. Untuk mengetahui analisis semiotika representasi pelanggaran kode etik Public Relation berdasarkan standart *IPRA* yang ditampilkan dalam film *The Ides Of March.*

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan pengembangan teori semiotika bagi mahasiswa komunikasi dalam hal menganalisis dan memaknai pesan-pesan yang disampaikan pada sebuah film. Penelitian ini juga ditujukan kepada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, khususnya para peneliti yang tertarik untuk mempelajari analisis semiotik, yang mendeskripsikan secara detail informasi tertentu dalam konten video, film, dan lain-lain. Serta guna menambah wawasan, pengetahuan dan keilmuan terkait penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Dapat menjadi bahan evaluasi bagi para pencipta film untuk menciptakan tayangan dengan isu realitas sosial yang lebih baik lagi. Dan juga dapat menjadi gambaran kepada calon praktisi public relation apa saja contoh kasus pelanggaran kode etik public relation agar tidak melakukan hal yang sama pula

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Definisi Konseptual

1. Analisis Semiotika

Semiotika berasal dari sebuah bahasa yunani yaitu *semeion* yang berarti "tanda". Semiotika mempelajari cara bagaimana seorang manusia memaknai sesuatu hal. Memaknai yang dimaksud disini berarti objek-objek tersebut tidak sebatas membawa informasi, tetapi juga berusaha berkomunikasi dan membentuk sistem tanda yang terstruktur. (Alex Sobur, 2006)

Akhir abad ke-18, istilah semiotika berlaku pada penggunaan tanda dimulai oleh seorang filsuf dari Jerman bernama J.H. Lambert menggunakan istilah semiotika sebagai sebutan untuk sistem tanda. Terdapat dua aliran terkenal mengenai semiotika, dimana keduanya dianggap sebagai bapak semiotika modern yaitu Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan Charles Sanders Peirce (1939-1914). Keduanya dibedakan menjadi semiotika Peirce dan semiologi Saussure. Selain itu, terdapat pula semiotika model Roland Barthes, C.K Ogden dan LA. Richard serta semiotika Michael Riffaterre. (Ambarini & Nazla,2010)

Teks menjadi fokus utama dalam ilmu semiotika. Secara luas, teks yang dimaksud disini bukan hanya sekedar teks tertulis saja. Segala hal yang mencakup sistem tanda komunikasi seperti dialog pada film, sinetron, iklan, fotografis juga dapat dianalisis oleh semiotika.

Pada dasarnya semiotika memiliki tiga bidang kajian yaitu :

a. Pemaknaan tanda adalah studi tentang simbol, cara dalam menyampaikan maknanya juga berbeda, dan pemahaman manusia tentang simbol juga berbeda.

b. Sistem yang mencakup beragam tanda yang diluaskan sesuai kepentingan masyarakat.

c. Penggunaan simbol tergantung dengan kultur di mana simbolberfungsi. (John Fiske, 2012)

Semiologi, semasiology, sememik dan semik merupakan istilah Semiotika. Konsep analisis semotika berkaitan dengan kehidupan manusia yang penuh dengan tanda.

2. Konsep Representasi

Asal kata Representasi ialah *representation* (bahasa inggiris) yaitu sebuah gambaran. (Nawiroh, 2015:6) Hall menganggap bahwa representasi ialah tahapan dimana arti (*meaning*) diproduksi menggunakan bahasa (*language*) agar lebih mudah dipahami.

Marcel Danesi (2010) memberikan pemahaman bahwa representasi merupakan proses merekam setiap gagasan atau suatu pesan secara fisik. Singkatnya, dapat dipahami sebagai penggunaan suatu tanda untuk merekonstruksi ulang sesuatu yang diterima oleh panca indra dalam bentuk fisik. Tanda-tanda tersebut dapat mencakup suatu gambar, suara dan lain sebagainya.

Pada dasarnya terdapat dua pemahaman yang berbeda mengenai konsep representasi menurut Stuart Hall dan John Fiske. Stuart menjelaskan bahwa proses representasi pada media memanfaatkan konsep ecoding atau decoding yang dapat menjelaskan proses penafsiran media dan publik. Sedangkan John Fiske menjelaskan representasi menjadi lebih mendetail, dimana suatu peristiwa yang ditandakan dianggap sebagai suatu realitas. Realitas disini terdiri dari kode penampilan, kostum, riasan, kelakuan, Gerakan, dialog, ekspresi serta suara.

Konsep representasi berasal dari penggambaran ekspresi antara teks media yang ditampilkan dengan realitas sosial sebenarnya. Teks media tersebut dimaknai dalam segala hal yang diekspresikan seperti pusi, iklan, pidato, komposisi musik bahkan film.

3. Konsep Public Relation

Publik diartikan sebagai kumpulan orang-orang yang memiliki perhatian mengenai sesuatu perihal yang sama, minat serta kepentingan yang sejalan. Sedangkan Relation diartikan sebagai suatu hubungan yang memiliki timbal balik satu sama lain. Sehingga pada hakekatnya, Public Relation merupakan jembatan antara suatu badan organisasi atau perusahaan dengan masyarakat untuk mencapai tujuan saling mendukung dan pengertian. Dalam *Webster's Dictionary* menjelaskan bahwa Public Relation merupakan suatu proses hubungan dengan khalayak ramai untuk memberikan pengetahuan terkait aktivitas, kebijakan serta yang lainnya untuk menciptakan suatu hubungan dan pendapat umum yang baik. (Danandjaja, 2011:15)

Pada dasarnya Public Relation mengandung beberapa unsur, sebagai berikut:

a. Managemen Komunikasi, keberadaan Public Relation berperan sebagai pengatur jalannya komunikasi antara pihak internal kepada pihak eksternal, ataupun sesame pihak internal perusahaan.

b. Hubungan Mutualistik, dimana Public Relation menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara pihak lembaga dengan publiknya.

c. Kepentingan Organisasi, keberadaan Public Relation memiliki tujuan yang selaras dengan kepentingan lembaga.

Berbicara mengenai fungsi Public Relation, Bertram R. Canfield memberikan penjelasan luas dalam bukunya "*Public Relation Principles and Problems*" sebagaimana dikutip dalam Danandjaja (2011) dimana fungsi Public Relation tersebut tidak melihat kegiatan tersebut bersifat intern ataupun ekstern. Adapun fungsi Public Relation tersebut mencakup :

a. Memberikan pengabdian terhadap kepentingan publik (*It should serve the public's interst*)

b. Membangun komunikasi yang baik antar sesama (*good communication*)

c. Menerapkan moral serta perilaku yang baik (*good morals and manners*).

Secara sederhana, kegiatan Public Relation memiliki tujuan untuk menjalin hubungan antara khalayak dan organisasi atau lembaga perusahaan sehingga saling mempelajari baik secara kebutuhan, kepentingan, maupun harapan. (Anditha, 2017:5). Kegiatan Public Relation memiliki tujuan untuk menganalisa suatu kebijakan. Dimana nantinya jika terdapat suatu permasalahan akan dicari jalan keluar untuk dilakukan perbaikan.

Menurut Yulianita dalam bukunya Public Relation (2012:11) terdapat empat perihal yang menjadi prinsip dari praktisi Public Relation, yaitu : menciptakan, memelihara, meningkatkan citra yang baik dimata banyak pihak serta memperbaiki citra apabila organisasi yang dinaungi melakukan suatu kesalahan.

Kegiatan Public Relation juga dilakukan untuk memperoleh dukungan dari public. Maksudnya, mendapatkan citra yang baik dari masyarakat bisa berupa opini public yang positif. Serta perluasan pelanggan dan kemudahan memperkenalkan serta penerimaan produk baru dikalangan masyarakat.

Dalam kegiatan seorang Public Relation terbagi menjadi dua yaitu : kegiatan internal Public Relation, dan kegiatan eksternal Public Relation. Dimana keduanya terikat dengan kode etik yang berlaku sehingga dalam setiap kegiatan seorang Public Relation seharusnya mampu untuk terus menerapkan setiap kode etik yang ada.

4. Kode Etik Public Relation

Tuntutan sebuah profesi yang diemban tentu berkaitan erat dengan etika yang berlaku pada profesi tersebut. Etika menjadi sesuatu hal yang sangat penting dalam sebuah profesi, tidak terkecuali praktisi Public Relation. Dalam konsep sebuah profesi, etika menjadi dasar setiap perilaku yang memang disarankan secara nyata dalam bekerja sesuai nilai moral yang berlaku dilingkungan sosial pada umumnya. (Rosady, 2001)

Ketetapan suatu etika profesi disebut dengan kode etik. Kode etik menjadi tumpuan setiap profesi saat melaksanakan peran dan tugas bagi profesi yang diemban. Public Relation merupakan suatu kegiatan yang secara sederhana memiliki seni keterampilan serta pengetahuan dan dinyatakan cocok dengan standar etikanya tertera pada buku *Hand Book Of Public Relation* milik Howard Stephenson (Rosady,2001)

Bahkan terdapat salah satu hadist dari Abu Hurairah radhiyallahu ‘anhu mengenai etika Public Relation sebagai berikut :

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يَحْدُثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ

Artinya:

Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam telah bersabda,”Cukuplah seorang disebut berbohong (jika) menyampaikan semua yang telah ia dengar.

Berkaitan dengan hadist tersebut maka dapat diartikan bahwa sebagai seorang Public Relation harus mampu memilah mana informasi yang harus disebarluaskan ke public dan mana yang hanya menjadi rahasia organisasi saja. Artinya seorang Public Relation harus mampu memberikan gambaran seimbang tentang sebuah informasi.

Pemahaman mengenai kode etik kehumasan tentu menjadi perhal penting bagi praktisi Public Relation dalam menjalankan setiap peran dan fungsinya demi menciptakan citra baik untuk dirinya (*good performance image*) selaku penyandang praktisi PR serta citra baik untuk lembaga (*good corporate image*) yang diwakilinya.

Berkaitan dengan citra merupakan metode masyarakat dalam membagikan penilaian kesan baik ataupun buruk terhadap diri kita. Untuk itu perlu adanya acuan perilaku moral yang baik dan tepat dalam menjalankan profesi kehumasan demi mendapatkan kesan baik tentang diri kita.

Berbicara mengenai etika Public Relation, forum internasional Public Relation ialah *International Public Relation Association* (IPRA) yang berdiri sejak 1995 di London, Inggris telah mengatur segala ketetapan terkait pelaksanaan praktisi Public Relation. Forum ini dijalankan oleh dewan direksi yang diseleksi oleh dewan IPRA dari tiap bangsa yang berbeda.

Kode etik Internasional sanagt mengedepankan krediabilitas serta kepercayaan. Praktisi Public Relation memiliki tuntutan untuk memaparkan segala sesuatu secara benar adanya. Integritas pribadi menjadi faktor utama dari profesionalisme seorang praktisi humas.

Pada sejarahnya, kode etik IPRA telah beberapa kali mengalami penyempurnaan. Dimana pada awalnya dalam persidangan universal di Venesia, Mei 1961 dikeluarkan 4 kode etik (*Code of Ethics*) serta kode perilaku (*Code of Conduct*) yang berpusat pada :

a. Integritas pribadi dan profesionalisme

b. Perilaku terhadap klien atau pimpinan

c. Perilaku terhadap media dan umum

d. Perilaku terhadap rekan seprofesi

Dari ke-empat kode etik diatas, mengalami penyempurnaan kembali melalui dua kali persidangan yaitu sidang umum di Athena Yunani 12 Mei 1965 dan sidang umum di Teheran Iran 17 April 1968. Sehingga secara umum, kode etik IPRA memuat beberapa tindakan yang harus di patuhi serta dihindari oleh Praktisi Public Relation, yaitu :

1. **Ketaatan :** Praktisi Public Relation harus mentaati prinsip-prinsip dalam Piagam PBB serta Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia ,

2. **Integritas :** Praktisi Public Relation harus berperan secara jujur dengan penuh integritas setiap saat demi meyakinkan serta mempertahankan keyakinan pihak yang berhubungan dengan praktisi,

3. **Dialogue :** Praktisi Public Relation harus selalu berupaya membentuk moral, kultural serta intelektual dalam melaksanakan dialog serta mengakui hak seluruh pihak yang ikut serta dalam mengemukakan pendapatnya,

4. **Keterbukaan (Transparan) :** Praktisi Public Relation harus selalu bersikap jujur serta terbuka dalam menyampaikan nama, organisasi serta kepentingan yang diwakili,

5. **Konflik :** Praktisi Public Relation harus berusaha untuk menjauhi situasi yang akan menimbulkan suatu konflik serta mengatakan konflik tersebut kepada pihak pihak yang terpaut bila dibutuhkan,

6. **Kerahasiaan:** Praktisi Public Relation sudah semestinya untuk melindungi kerahasian informasi yang diberikan kepada mereka,

7. **Ketepatan :** Praktisi Public Relation harus dengan tepat menentukan langkah-langkah yang wajar untuk meyakinkan kebenaran serta ketepatan dari seluruh informasi yang diperoleh,

8. **Kebohongan :** Praktisi Public Relation sudah seharusnya berupaya untuk tidak menyampaikan berita yang menyesatkan, melakukan segala kegiatan secara hati-hati untuk menghindari perihal tersebut serta memperbaiki secepatnya bila nyatanya ada kesalahan,

9. **Penipuan :** Praktisi Public Relation dilarang untuk memperoleh sebuah informasi dengan metode menipu ataupun tidak berlandaskankejujuran,

10. **Pengungkapan :** Seorang Public Relation dilarang untuk membentuk ataupun memakai suatu organisasi dalam konteks apapun dengan maksud memiliki kepentingan tersembunyi,

11. **Keuntungan :** Praktisi Public Relation sangat dilarang untuk memberikan bahkan menjual Salinan dokumen yang diperoleh dari pimpinan kepada pihak ketiga,

12. **Remunerasi :** Pada proses pemberian jasa, seorang humas dilarang menerima suatu imbalan dalam wujud apapun yang memiliki kaitan dengan jasa dari seseorang selain dari pihak yang terpaut.

13. **Pembujukan :** Anggota Public Relation dilarang secara langsung ataupun tidak langsung menawarkan ataupun memberikan bujukan dalam bentuk strategi, uang ataupun dalam wujud lain kepada pejabat pemerintah serta media ataupun pihak lain yg memiliki kepentingan

14. **Mempengaruhi :** Dilarang untuk mengusulkan ataupun melaksanakan aksi yang berlawanan dengan hukum dalam hal yang bisa mempengaruhi pejabat public, media serta pihak lain yang berkepentingan,

15. **Persaingan :** Dilarang melaksanakan sesuatu hal yang secara terencana dengan tujuan mengganggu reputasi praktisi yang lain serta tidak secara sengaja mendorong pihak klien untuk menggantikan posisi rekan seprofesi

16. **Pemburuan :** Dilarang untuk mengambil klien milik praktisi lain dengan metode yang tidak jujur

17. **Pekerjaan :** Pada saat memperkerjakan seorang dari pejabat public ataupun pesaing butuh mencermati peraturan serta kerahasiaan yang disyaratkan oleh organisasi tersebut,

18. **Rekan Sejawat :** Setiap anggota Public Relation harus menjunjung tinggi dan melaksanakan kode etik PR ini.

Tindakan yang berdasarkan kode etik tersebut menjadi landasan bagi seorang Public Relation dalam melakukan setiap kegiatan. Menjadi sebuah landasan pengaturan yang secara etis memilah sikap yang dapat dilakukan serta tidak dapat dilakukan bagi seorang praktisi Public Relation.

5. Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Pada saat ini, keberadaan film bukan hanya sebatas hiburan semata tetapi telah menjadi media penyampaian suatu pesan kepada publik sebagai salah satu instrument media massa. Pada kedudukan komunikasi massa, media merupakan perangkat penghubung antara pengirim dengan penerima yang sifatnya terbuka, dimana tiap orang dapat melihat, mendengar serta membaca pesan yang disampaikan. (Hafied Cangara, 2011:25)

Pada dasarnya, film merupakan sarana media komunikasi massa paling efektif sebab banyak membagikan gambaran kehidupan serta pelajaran berarti untuk para penontonnya. Dengan keunggulan audio dan visul yang ditayangkan, film mampu mengubah pola pikir masyarakat melalui jalan cerita yang diangkat. Film selaku media komunikasi massa memiliki tujuan *transformation of values* berarti memberitahukan pesan nilai yang tercantum didalamnya. (Irwansyah, 2009:12)

Ada beberapa jenis pengambilan gambar pada film, sebagai berikut :

a. *Extreme Wide Shot*, pengambilan gambar untuk menunjukan keseluruhan lingkungan,

b. *Wide Shot*, pengambilan gambar dari atas kepala dan dibawa kaki,

c. *Medium Shot*, pengambilan gambar dari sebatas pinggang sampau atas kepala,

d. *Medium Close Shot*, pengambilan gambar dari sebatas dada hingga kepala,

e. *Close Up*, pengambilan gambar hanya pada bagian kepala saja,

f. *Over The Shoulder Shot*, pengambilan gambar dilakukan melalui belakang bahu salah satu subjek, dll.

Sebagai media komunikasi massa, film dapat mengantarkan suatu pesan yang dikemas dalam bentuk edukasi, hiburan dan juga informasi untuk kemudia ditampilkan dalam layar kaca. Ketika menonton suatu film, penonton seakan-akan mampu merasakan apa yang diceritakan dalam jalan cerita dalam film tersebut. Tidak heran jika banyak penonton yang merasa bahwa film yang disajikan sangat berhubungan dengan kehidupan sebenarnya. Karena memang sebuah film menjadikan realitas kehidupan sebagai ide dari sebuah jalan cerita.

Film sebagai media komunikasi massa tentunya memiliki kelebihan serta kekurangan. Dalam hal kelebihan, film mampu menjangkau segala lapisan masyarakat dari latar belakang yang berbeda. Selain itu, pesan yang dikemas secara kreatif dengan menggunakan teknologi kamera, warna serta suara lebih mudah diterima oleh penonton. Namun, film memiliki kekurangan pada sifatnya yang kilat dan sekilas. Sehingga, jika penonton mengalihkan perhatiannya pada perihal lain dikala menikmati film tentunya pesan yang akan disampaikan dalam film tidak bisa diperoleh secara penuh. (Lionda, 2018)

B. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan bagian dari sebuah penelitian yang menjadi tempat bagi seorang peneliti memberikan penjelasan yang berhubungan dengan variabel atau pokok masalah yang akan di teliti dalam penelitiannya. Teori-teori tersebut menjadi pendukung dari sebuah penelitian. Tentunya akan terdapat kaitan mengenai hasil penelitian dengan teori yang digunakan. Mengenai teori yang digunakan pada kajian ini ada 2 teori yaitu teori representasi dan teori semiotika.

1. Teori Representasi

Stuart Hall adalah tokoh yang mengemukakan teori representasi asal Inggris. Menurut Stuart, representasi ialah proses dimana mengartikan suatu konsep yang ada di pikiran dengan menggunakan bahasa menjadikannya lebih mudah dipahami. Penggunaan bahasa tersebutlah yang memungkinkan seseorang memahami dengan baik arti dari suatu objek, benda, orang ataupun suatu kejadian baik yang nyata ataupun yang tidak nyata.

Idealnya, representasi adalah penggunaan tanda dalam gambar, suara, dialog dan lainnya untuk menunjukan apa yang dipikirkan lalu dijelaskan dalam bentuk narasi. (Marcel, 2010:3). Pemahaman representasi menurut Stuart memiliki dua pengertian yakni, *Pertama*, representasi mental dimana terkait semua objek yang ditangkap oleh panca indra membentuk suatu konsep abstrak di dalam pemikiran seseorang. *Kedua*, representasi bahasa, yaitu konstruksi makna dari konsep abstrak yang dipikirkan lalu di terjemahkan kedalam suatu bahasa yang lebih mudah dimengerti.

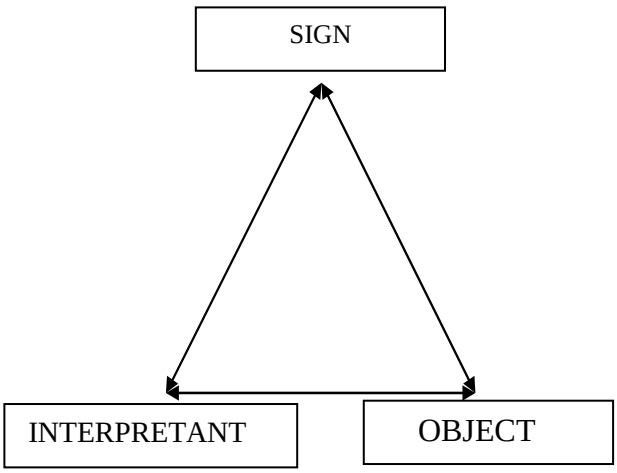
Representasi bertumpu pada tiap tanda dan citra yang telah dimengerti oleh suatu kultur. Artinya tanda tersebut menjadi “perwakilan” dari sebuah realitas sosial yang diketahui. Proses representasi merujuk pada segala bentuk media terhadap segala hal yang dikonstruksikan dan bagaimana cara memaknainya.

2. Teori Semiotika Model Charles Sanders Pierce

Semiotika merupakan alat dalam menganalisis suatu gambar untuk memperoleh makna dari setiap tanda yang ditampilkan oleh gambar tersebut. Salah satu aliran semiotika yang terkenal yaitu semiotika oleh Charles Sanders Peirce. Charles Sander Peirce merupakan seorang ahli filosof Amerika yang lahir pada tahun 1890 dan dikenal sebagai bapak semiotika modern (1939-1914). Teori semiotika model Peirce pula diketahui sebagai "*grand theory*" sebab bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari seluruh sistem penandaan. (Indiwan, 2013: 17)

Bagi Peirce, prinsip mendasar dari sebuah tanda adalah sifat representasi dan interpretatif. Dimana sifat representasi berarti tanda tersebut merupakan perwakilan dari sesuatu yang lain sebaliknya interpretatif adalah tanda tersebut mampu memberikan peluang bagi interpretasi tergantung pada pemakai serta penerimanya.

Peirce mengganggap bahwa penalaran manusia senantiasa dilakukan melalui sebuah tanda. Dalam proses pencarian makna, menurut Peirce semiotika terdiri dari tiga elemen yakni tanda (*sign*), acuan tanda (*object*) serta penggunaan tanda (*interpretant*). Ketiga elemen ini disebut dengan teori segitiga makna (*triangle meaning*). (Kriyantono, 2008:265) Pierce berpendapat bahwa salah satu bentuk tanda adalah kata. Ketiga tanda tersebut, memberikan petunjuk bahwa panah dua arah menekankan bahwasanya masing-masing istilah dapat dipahami hanya dalam hubungannya dengan yang lain.



Sumber : Kriyantono, 2008

a. Tanda (*Sign*)

Ialah hal yang dapat diterima oleh panca indera serta menjadi sesuatu dimana merujuk pada suatu hal dari tanda tersebut. Dimana tanda menurut Peirce terdiri dari tiga hal yaitu,

- ***Qualisign*** merupakan suatu hal yang dapat menjadi suatu tanda. Pada konteks ini, tanda yang dimaksud masih memiliki pengembangan dalam proses pemaknaannya. Misal warna merah bisa dipakai untuk menunjukan cinta serta bahaya/larangan.
- ***Sinsign*** adalah tanda sudah dapat dimaknai secara umum. Misalnya setiap ucapan yang dikeluarkan merupakan *sinsign* yang dapat berupa senang, sakit atapun rasa heran.
- ***legisgn*** yang berarti tanda disesuaikan dengan peraturan yang berlaku. Bahasa merupakan *legisgn* sebab Bahasa merupakan kode.

b. Acuan Tanda (*Object*)

Merupakan pemahaman atau konteks sosial yang jadi rujukan dari suatu yang dirunjuk oleh bagian tanda tersebut. Pada acuan tanda diklasifikasikan menjadi tiga yaitu,

- ***Symbol*** merupakan tanda yang muncul dari sebuah kesepakatan, dimana hubungan antara tanda serta denotasinya ditentukan oleh peraturan yang berlaku secara umum.
- ***Ikon*** yaitu tanda tersebut merupakan perwakilan dari sesuatu hal,
- dan ***Indeks*** merupakan suatu tanda yang timbul karena adanya hubungan sebab akibat

c. Penggunaan Tanda (*Interpretant*)

Merupakan konsep pemikiran seseorang terhadap penggunaan tanda tersebut disesuaikan dengan konteks sosial untuk memperoleh suatu arti ataupun singkatnya adalah arti yang terdapat dalam pikiran seseorang tentang objek yang dirujuk oleh sebuah tanda. Penggunaan tanda dibagi menjadi 3 yaitu :

- ***Rheme*** yaitu bila tanda dari sebuah lambang masih dapat dikembangkan,
- ***Dicisign*** yaitu jika antara lambang serta interpretannya ada ikatan yang benar ada.
- ***Argument*** yaitu jika suatu tanda diinterpretasikan (di tafsirkan) sesuai peraturan yang berlaku (Nawiroh, 2015)

Ketiga elemen ini digunakan untuk mengetahui makna yang timbul dari suatu tanda, disaat tanda tersebut dimanfaatkan oleh individu atau lebih saat berinteraksi. Teori ini tentu memberikan penggambaran secara menyeluruh tentang setiap tanda yang akan dikaji melalui ketiga elemen yang telah dijelaskan sehingga memberikan penggambaran yang menyeluruh bagi setiap penelitian yang akan dilakukan.

C. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu adalah kajian yang telah lalu dilaksanakan oleh peneliti sebelumnya dengan membahas topik yang sama namun terdapat perbedaan pada beberapa aspek. Berdasarkan topik yang diteliti, penulis menemukan beberapa hasil kajian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Erlina Rumui, mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi pada tahun 2016 yang berjudul “Analisis Isi Mengenai Pelanggaran Kode Etik Profesi Public Relations di dalam Film Thank You For Smoking”. Pada penelitian ini, Erlina menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan analisis isi. Ia mengangkat isu pelanggaran kode etik Public Relation pada film Thank You For Smoking berdasarkan standart *Public Relation Society Of America* (PRSA). Dalam pengujian reliabilitas dan validitas menggunakan rumus Holsty. Walaupun memiliki persamaan antara keduanya terkait isu yang diangkat yaitu tentang pelanggaran kode etik Public Relation. Tentunya terdapat perbedaan antara keduanya yaitu pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan analisis semiotika model Charles Sanders Peirce dengan metode

penelitian kualitatif. Selain itu, objek film yang digunakan juga berbeda yaitu Film The Ides Of March.

2. Penelitian ini dilakukan oleh Dea Aldita, mahasiswa ilmu komunikasi 2014 dengan judul "Analisis Isi Film Wag The Dog Tentang Pelanggaran-Pelanggaran Kode Etik Humas". Dari penelitian tersebut, diperoleh hasil jika memang tokoh humas dalam film tersebut melakukan pelanggaran kode etik berdasarkan kategori oleh *International Public Relation Association* yaitu konflik kepentingan sebanyak 2%, tindak kebohongan 40%, pembujukan 8% serta memberikan pengaruh 35%. Terdapat perbedaan pada metode yang digunakan. Dimana penelitian Aldita menggunakan analisis isi Harold D. Lasweell sedangkan penelitian ini menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Dari aspek metode dan objek film yang digunakan pun memiliki perbedaan. Walaupun begitu terdapat kesamaan yaitu pada topik isu yang diangkat yaitu pelanggaran kode etik humas.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Vinda Eka Saputra, mahasiswa Ilmu Komunikasi tahun 2019 berjudul "Analisis Penerapan Etika Foto Hukum Cambuk Di SerambiNews.com Periode November dan Desember 2018" . Dimana pada penelitian ini, ia mengemukakan bahwa 2 foto yang dijadikan sebagai sumber data penelitian tidak sesuai dengan etika foto jurnalistik. Hal ini disebabkan oleh masih terlihatnya dengan jelas wajah pelaku yang menerima hukum cambuk tanpa sensor. Terdapat kesamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan. Dimana keduanya sama-sama menggunakan analisis semiotika Pierce dengan metode kualitatif untuk menganalisis data. Serta terdapat perbedaan pada isu yang diangkat dan objek yang diteliti. Dimana penelitian terdahulu mengkaji penerapan etika foto jurnalistik dari semua media massa sedangkan penulis mengkaji pelanggaran kode etik Public Relation dari sebuah film.

Perbedaan dalam sebuah penelitian menjadi suatu ciri khas dari setiap penelitian yang dilakukan oleh individu. Dari kajian terdahulu, belum ada penelitian yang mengkaji pelanggaran kode etik Public Relation dalam film The Ides Of March.

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian dibutuhkan sebuah cara untuk memecahkan masalah penelitian tersebut. Metode yang dipilih haruslah sesuai dengan pokok masalah yang akan dibahas sehingga mampu memperoleh jawaban dari permasalahan yang diteliti. Metode yang dipilih merupakan metode-metode yang dapat menghasilkan data-data untuk sebuah penelitian dan dapat dipercaya kebenarannya.

A. Metode dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian ialah cara ilmiah yang dipergunakan seorang peneliti dalam mendapatkan data yang hendak digunakan untuk keperluan suatu penelitian. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian yang berjenis kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis teks media. Bogdan dan Biklen mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif ialah tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif berbentuk kalimat tertulis dari suatu sikap yang diteliti (Syukur Kholil, 2016:121).

Pada penelitian kualitatif berangkat dari dasar yaitu sebuah fenomena kenyataan yang terjadi pada lingkungan sosial sebenarnya bukan dari sebuah sampel atau populasi. (Ardial. 2014:249). Selain itu, peneliti menggunakan pendekatan penelitian analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Analisis semiotika merupakan kajian ilmu yang memberikan pemahaman tentang segala hal sebagai suatu jalinan yang mempunyai bagian dasar dengan “tanda”. Dalam hal ini, teori segitiga makna (*triangle meaning*) menjadi alat bagi Pierce dalam menganalisis semiotika.

Analisis semiotika model Charles sanders pierce memiliki sifat menyeluruh serta deskripsi dari semua sistem penandaan dianggap selaras dengan penelitian yang akan dilakukan, sebab nantinya penelitian ini akan dipaparkan secara 5menyeluruh melalui teori triangle meaning milik Charles Sanders Pierce. Dimana peneliti ingin mengetahui bagaimana pelanggaran kode etik Public Relation yang terdapat pada potongan *scene* dalam film “*The Ides Of March*”.

Penjelasan data tersebut didukung dengan beberapa rujukan buku serta jurnal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

B. Sumber Data Penelitian

Sumber data ialah suatu bahan yang diperoleh peneliti kemudian dianalisis untuk mendapatkan jawaban dari suatu permasalahan penelitian (Salim & Haidir, 2019:71). Nantinya data-data yang diperoleh peneliti akan di olah untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang telah dirumuskan. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Dimana data primer ialah data yang peneliti kumpulkan secara langsung. Pada penelitian ini, peneliti memperoleh data dari film *The Ides Of March* berdurasi 101 menit. Nantinya peneliti akan memilih setiap *scene* yang sesuai serta berkaitan dengan rumusan masalah pada penelitian ini.

Sedangkan data sekunder ialah literatur yang menjadi bahan rujukan dari penelitian ini, seperti buku, jurnal, serta artikel terkait. Dengan kata lain, peneliti melaksanakan proses pengkajian data melalui membaca buku, jurnal dan artikel online yang mempunyai kaitan dengan kode etik Public Relation dimana tentunya menjadi landasan teoridari yang telah dijabarkan sebelumnya.

C. Teknik Pengumpulan Data

Berikut teknik yang digunakan pada tahap pengumpulan data, ialah :

1. Observasi

Kegiatan observasi pada dasarnya bukan hanya sekedar kegiatan meninjau saja tetapi harus dilakukan secara cermat untuk memperoleh data yang sistematis. (Syukur Kholil,2016). Pada metode observasi, peneliti nantinya akan melakukan pengamatan secara seksama dengan cara mengamati setiap adegan dan dialog dalam film *The Ides Of March*. Terlebih pada adegan dan dialog yang mengandung unsur pelanggaran kode etik Public Relation berdasarkan standart IPRA dalam film tersebut.

2. Dokumentasi

Dokumentasi pada penelitian ini ialah dokumentasi tertulis dari sumber literatur yang dapat menjadi bahan rujukan seperti buku, tesis. Jurnal dan lainnya sejalan dengan masalah yang diteliti sehingga mampu mengembangkan hasil penelitian. Ditambah lagi dokumentasi yang berasal dari penggalan *scene* pada film The Ides Of March yang memiliki kaitan dengan masalah penelitian.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data mempunyai kedudukan penting dalam sebuah riset, karena melalui proses analisis nantinya data yang sudah dikumpulkan dapat diberikan suatu pemaknaan yang berguna dalam memecahkan rumusan permasalahan pada penelitian tersebut. Melalui proses analisis data maka seluruh data yang diperoleh akan dijelaskan dalam bentuk narasi yang lebih mudah dipahami (Marsi, 1989)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis data semiotika dengan pendekatan Charles Sanders Peirce. Peneliti menggunakan metode dengan analisis semiotika milik Pierce sebab semiotika Pierce dianggap bersifat menyeluruh dan dalam pendeskripsiannya lebih terstruktur. Dikarenakan metode pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui observasi sehingga pada metode analisis datapeneliti akan mencari kemudian menyusun secara runtut data yang sudah diperoleh. Proses analisis data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mengorganisasikan serta menjabarkan tiap data ke dalam sub bagian tertentu, lalu menyusunnya ke dalam suatu pola untuk setelahnya diseleksi bagian mana yang akan di teliti serta seterusnya dibentuk menjadi suatu kesimpulan. (Sugiono, 2009:88)

Atas dasar itulah, nantinya peneliti hendak memilih terlebih dulu tiap adegan dan dialog yang berhubungan dengan pelanggaran kode etik Public Relation berdasrkan standart IPRA melalui pengamatan pada keseluruhan film The Ides Of March supaya lebih memudahkan dalam proses penelitian. Setelah itu, setiap data yang telah terkumpul diklasifikasikan menggunakan teori segitiga makna (*triangle meaning*) milik Pierce, yakni :

- Tanda (*sign*) : merupakan gambar dan teks yang terdapat dalamfilm The Ides Of March.
- Acuan Tanda (*object*) : gambar dan teks yang memiliki unsur pelanggaran kode etik Public Relation yang direpresentasikan pada film The Ides Of March.
- Penggunaan Tanda (*interpretant*) : menafsirkan data yang telah di peroleh dengan memberikan makna dan menjelaskannya ke dalam bentuk sebuah narasi.

BAB IV

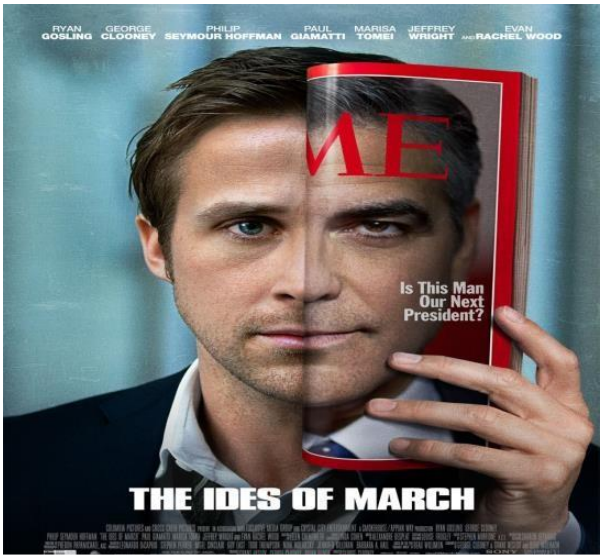
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian

Subjek analisis dalam riset ini merupakan Film The Ides Of March. Peneliti akan memaparkan temuan penelitian yang didapatkan selama melakukan observasi pada film tersebut.

1. Profil Film The Ides Of March

The Ides Of March merupakan film yang digarap oleh perusahaan produksi *Smokehouse Pictures* dan disutradarai oleh George Clooney. Film bergenre drama thriller Amerika Serikat ini dirilis pada tanggal 7 Oktober 2011. Dan ditayangkan secara perdana pada Festival Film Venesia tanggal 31 Agustus 2011. Kehadiran film yang berdurasi 101 menit ini pun mendapatkan respon positif dari para kritikus film.



Gambar 1.1 Poster Film The Ides Of March

Konflik yang dikemas dengan sangat apik menjadikan film ini banyak disukai oleh para penikmat film. Walaupun mengangkat setting mengenai cara kerja suatu kampanye dibalik layar tidak menyurutkan eksistensi kemunculan film ditengah masyarakat. Film ini sebenarnya lebih mengedepankan mengenai aspek

kepercayaan dan kesetiaan dalam sebuah pekerjaan. Hal ini menjadi menarik, sebab kepercayaan dan kesetiaan merupakan hal yang sangat sensitif dalam dunia pekerjaan.

Mendapatkan rating 84% film ini memperoleh komentar yang baik dari 43 kritikus film berdasarkan paparan *Metacritic*. Film yang memperoleh pendapatan sebanyak $75.993.061 ini dibintangi oleh Ryan Gosling sebagai pemeran utama bernama Stephen Meyers dan beberapa pemain lainnya. Film ini masuk dalam nominasi naskah terbaik dalam Golden Globe Awards pada tahun 2011.

2. Para Pemain dan Tim Produksi Film The Ides Of March

Seapik apapun sebuah film tentu tak lepas dari tangan dingin pihak-pihak yang terlibat dalam penggarapan film tersebut. Begitu pula dengan The Ides Of March yang telah sukses dalam penyiarannya. Berikut para pemain dan pihak

Gambar 1.2 Pemeran Film The Ides Of March

No	Nama	Jabatan
1.	George Clooney	Sutradara, Penulis Skenario, Produser, sekaligus pemeran Mike Morris

2.	Grant Heslov	Produser sekaligus penulis Skenario
3.	Beau Wilimon	Produser sekaligus penulis skenario
4.	Ryan Gosling	Pemeran Stephen Meyers
5.	Evan Rachel Wood	Pemeran Molly Stearns
6.	Philip Seymour	Pemeran Paul Zara
7.	Paul Giamatti	Pemeran Tom Duffy
8.	Marisa Tomei	Pemeran Ida Horowicz
9.	Jeffrey Wright	Pemeran Franklin Thompson
10.	Max Minghella	Pemeran Ben Harpen
11.	Michael Mantell	Pemeran Ted Pullman
12.	Alexandre Desplat	Penata Musik
13.	Phedon Papamichael	Sinematografer
14.	Stephen Mirrione	Penyunting Film

3. Sinopsis Film The Ides Of March

Film yang menceritakan tentang Stephen Meyer (diperankan oleh Ryan Gosling) merupakan seorang wakil manajer kampanye sekaligus praktisi Public Relation pada sebuah Partai Demokrat Negara Bagian Pennsylvania. Stephen bekerja dibawah perintah Mike Morris selaku pimpinannya (diperankan oleh George Clonney) dan juga Paul Zara selaku senior manajer kampanye (diperankan oleh Philip Seymor).

Stephen yang mempunyai kepercayaan bahwa kemenangan akan selalu berada dipihak yang bekerja dengan cara yang benar, mulai merubah persepsinya setelah mengetahui apa yang ada dibalik permainan politik ini. Konflik bermula saat Stephen menjumpai Tom Duffy (diperankan oleh Paul Giamatti) tanpa

memberitahu rekan seprofesinya. Ditambah lagi dengan Stephen mempunyai hubungan dengan pegawai magang bernama Molly Stearns (diperankan oleh Evan Rachel Wood) dimana ternyata Molly pernah memiliki hubungan gelap dengan pimpinannya. Konflik yang dating bertubi-tubi membawa Stephen berada pada kebimbangan, apakah tetap berpegang pada prinsip "baiknya" atau beradaptasi dengan keadaan dan menjadi karakter seperti politisi lainnya.

Pada pelaksanaan penelitian, peneliti melakukan riset dengan menonton setiap adegan dalam film dan meng-*capture* bagian-bagian yang dianggap merepresentasikan pelanggaran kode etik public relation. Keseluruhan hal tersebut akan ditampilkan sesuai dengan analisis semiotika Charles Sanders Pierce.

B. Hasil Penelitian

Hadirnya kode etik profesi menjadi pedoman bagi setiap kelompok profesi untuk bagaimana seharusnya bersikap dalam menjalankan setiap kebijakan profesi secara etis. Setiap aturan yang terkandung dalam kode etik akan memberikan pengaruh terhadap kualitas bekerja, sikap serta tanggung jawab sosial praktisi tersebut kepada masyarakat. Hal tersebut pun berlaku pada profesi Public Relation.

Kode etik internasional yaitu IPRA ditetapkan secara resmi dan menjadi pedoman bagi kode etik Public Relation nasional dari setiap negara yang berbeda. Profesionalisme, kredibilitas serta kedisiplinan ditekankan pada kode etik IPRA untuk para praktisi Public Relation. Aturan bagi para praktisi Public Relation diatur secara terperinci dan jelas oleh kode etik IPRA sedangkan kode etik nasional setiap negara dibentuk lebih umum dan sederhana.

Permasalahannya, siapa saja dapat bekerja sebagai seorang Public Relation namun belum tentu dapat menerapkan segala kegiatan Public Relation sesuai dengan kode etik yang berlaku. Sesuatu kode etik hanya jadi sederet tulisan tanpa arti bila para praktisinya tidak mempraktikkan serta dibiarkan menyimpang.

Adanya pelanggaran kode etik Public Relation menjadi perihal yang patut dipedulikan. Ditambah lagi, seringkali tidak tersedia catatan-catatan pelanggaran yang jelas dan terperinci sehingga mengakibatkan minimnya contoh bagi para calon praktisi Public Relation terhadap beberapa pelanggaran tersebut. Untuk itu dirasa perlu memberikan penggambaran yang menjadi wakil dari perihal pelanggaran kode etik Public Relation yang dapat menjadi contoh agar tidak melakukan hal yang sama.

Sesuai hasil pengamatan yang telah dilakukan, maka peneliti menemukan bahwa terdapat beberapa *scene* dalam film The Ides Of March yang merepresentasikan pelanggaran kode etik Public Relation yaitu pelanggaran terhadap integritas, terjadinya tindakan konflik kepentingan, tindakan mempengaruhi, pelanggaran terhadap kerahasiaan informasi, terjadinya tindak persaingan dan pemburuan. Hal ini dipertegas melalui beberapa adegan yang diperankan serta dialog yang diucapkan oleh para pemainnya, diantaranya dilihat dari analisa berikut :

1. Pelanggaran Terhadap Integritas : Adanya Tindakan Kebohongan

Berbicara mengenai integritas dalam konteks Public Relation, maka integritas berkaitan erat dengan wujud kepribadian yang jujur demi mempertahan kepercayaan dari pihak-pihak terkait. Melakukan sesuatu hal tanpa berlandaskan kejujuran tentu akan berdampak rusaknya kepercayaan. Tidak jujur sama saja dengan menunjukan integritas diri yang buruk. Berikut representasi pelanggaran kode etik Public Relation terhadap integritas pribadi dan profesional yang ditampilkan dalam film The Ides Of March di sajikan dengan menampilkan *capture* film.

Sign	 **Gambar 1.3 : Paul Mengintrogasi Stephen**
	Waktu : 00:35:18-00:35:23
	Shot : Medium Shot
	Set : Apartemen Paul
Object	Paul melontarkan pertanyaan mengapa Stephen menemui TomDuffy (pihak lawan) dan tidak memberitahukan kepadanya.

Interpretant	Stephen pergi menemui Duffy tanpa memberitahukan Paulmenandakan bahwa Stephen tidak jujur kepada Paul

Apabila dilihat dari gambar 1.9, gesture tubuh Paul yang menyilangkan tangan di dada menandakan sikap yang sedang berada pada emosi kemarahan, didukung juga dengan postur tubuh yang condong ke belakang menyiratkan rasa ketidaksukaan terhadap lawan bicaranya. Sedangkan postur tubuh Stephen yang condong ke depan serta membungkuk menandakan suatu kecemasan. Lalu jika dilihat pada adegan kedua, Stephen merapatkan jari-jemari kedua tangannya menyiratkan tanda stress serta ketidaknyaman.

Seluruh gesture serta sikap yang ditunjukan pada adegan diatas mendukung konteks dialog yang diucapkan. *Object* pada gambar diatas menunjukan Paul yang melontarkan pertanyaan kepada Stephen mengenai alasannya bertemu dengan Tom Duffy dan mengapa Stephen tidak memberitahunya.

Sign ditunjukan dari dialog yang diucapkan oleh Paul pada gambar 1 dan 2 yang memunculkan *Interpretant* bahwa Stephen dengan sengaja melakukan tindakan yang tidak berlandaskan kejujuran yaitu bertemu dengan Tom Duffy tanpa memberitahu Paul. Melalui pemaparan tersebut maka gesture serta sikap yang ditunjukan mendukung makna dari dialog yang diucapkan. Dimana maksud dari dialog yang diucapkan oleh Paul menimbulkan rasa ketidaknyamanan yang ditunjukan dengan gesture serta sikap oleh tokoh Stephen.

Jika dilihat berdasarkan *sign*, tanda diatas termasuk dalam kategori *Sinsign* yang menyiratkan bahwa telah terjadi tindakan yang tidak berlandaskan kejujuran ditandai dengan Stephen yang pergi menemui Tom Duffy tanpa memberitahu Paul. Sedangkan *object*-nya masuk kedalam kategori *symbol* yang ditunjukan dengan dialog yang dilontarkan Paul tentang mengapa Stephen tidak memberitahunya mengenai pertemuannya dengan Tom Duffy. Tanda diatas

merupakan *symbol* dari tindakan yang tidak berlandaskan kejujuran. Lalu *interpretant* pada tanda diatas termasuk dalam kategori *argument*. Dimana tanda tersebut menunjukan bahwa tindakan tindakan Stephen yang tidak berlandaskan kejujuran merepresentasikan pelanggaran kode etik Public Relation terhadap Integritas.

Situasi yang tergambar terlihat dengan sangat jelas merepresentasikan suatu tindakan yang tidak berlandaskan kejujuran. Jika dikaitkan dengan kode etik Public Relation berdasarkan standart *International Public Relation Association* (IPRA) maka adegan diatas telah melanggar kode etik terhadap integritas diri. Dalam konteks pemahaman mengenai integritas, seorang Public Relation mempunyai ketetapan untuk berperilaku secara berintegritas dimana kejujuran menjadi landasan utama dari setiap tindakan yang dilakukan. Namun, Stephen telah melanggar ketetapan tersebut.

Integritas merupakan cerminan diri seseorang dalam suatu lembaga dalam bertindak dan perilaku. Perilaku yang berlandaskan kejujuran, ketulusan, konsisten dan memiliki tanggung jawab besar atas segala hal yang dilakukan merupakan wujud dari sosok yang berintegritas. Jika seorang Praktisi Public Relation tidak berlandaskan kejujuran pada kegiatan yang dilakukan artinya ia mencerminkan diri yang tidak berintegritas. Itulah yang tersirat dalam adegan diatas.

Praktisi Public Relation wajib memiliki karakter yang jujur. Adanya karakter yang jujur maka akan meningkatkan kreadibilitas seorang Public Relation di mata rekan kerja, klien ataupun lembaga lain. Praktisi yang berintegritas merupakan individu yang mempertahankan sikap kejujuran serta etika yang baik pada setiap perkataan serta perbuatannya. Mereka menjadi bagian dari orang-orang yang berkompeten, cermat serta professional dalan bertindak sehingga dapat dipercaya oleh rekan kerja, bawahan, pimpinan bahkan pihak eksternal. Kejujuran menjadi landasan dalam beretika dan kebenaran merupakan kunci utama atas apa yang praktisi tersebut jalani.

Public Relation dapat dikatakan sebagai garda terdepan dari suatu lembaga. Untuk itu, integritas diri pada praktisi Public Relation sangat penting sebab dengan begitu praktisi tersebut akan memiliki reputasi yang baik karena setiap perilaku menjunjung tinggi standart moral yang baik. Reputasi yang baik bukan hanya mewakili siapa diri kita tetapi juga dari mana kita berasal. Dalam konteks Public Relation makna asal yang dimaksud adalah lembaga tempat kita bernaung.

Sebenarnya integritas mempunyai arti lebih dari suatu kejujuran. Jika kejujuran hanya dilihat dari aspek perkataan berbeda dengan integritas yang dilihat juga dari aspek perbuatan. Artinya setiap tindakan yang dilakukan oleh praktisi Public Relation itu sendiri harus dipikirkan secara matang dengan mencerminkan suatu kejujuran dalam tindakannya. Dengan begitu, kepercayaan dari pihak luar akan lebih mudah diperoleh.. Citra baik pun akan selalu diberikan oleh masyarakat.

Sign	 **Gambar 1.4 : Dialog Mike Morris Yang Bertanya Kepada Stephen Perihal Kampanye**
	Waktu : 0:33:18 – 0:33-28
	Shot : Medium Shot
	Set : Didalam Pesawat

Object	Mike yang bertanya mengenai keadaan kampanye dan Stephen yang menjawab dengan tidak jujur. Hal tersebut membuat Mikememperingatkan Stephen untuk selalu memberitahukan informasi yang sebenarnya kepadanya
Interpretant	Pada gambar 1.4 ucapan Mike menyiratkan sikap ketidak jujuranStephen dalam menginformasikan permasalahan yang terjadi pada kampanye-nya

Pada adegan diatas diceritakan bahwa Mike yang merupakan pimpinan Stephen bertanya mengenai keadaan kampanye partai mereka, namun jawaban yang ia peroleh dari Stephen tidak memuaskan sehingga muncullah *statement* bahwa Stephen diperkerjakan untuk menginformasikan yang sebenarnya kepada dirinya.

Dari adegan diatas terdapat gesture yang ditampilkan oleh masing-masing tokoh. Gesture yang ditunjukan oleh Mike dengan memiringkan kepala menandakan bahwa ia ingin mendengarkan secara detail penjelasan dari Stephen. Lalu gesture tubuh Stephen yang condong ke depan dengan bahu terangkat menandakan suatu keraguan. Artinya ada keraguan dari jawaban yang dilontarkan oleh Stephen. Keraguan tersebut dirasakan oleh Mike sebab pada adegan ketiga Mike melontarkan *statement* dengan tatapan kontak mata dalam jangka waktu yang panjang serta terkesan mengintimidasi mengartikan ia cenderung tidak percaya atas jawaban dari Stephen.

Tentunya gesture yang ditunjukan mendukung dialog yang diucapkan. Jika dilihat dari analisa semiotika Pierce, *object* dari adegan diatas ialah menunjukan Mike yang bertanya mengenai keadaan kampanye dan memperingatkan Stephen untuk memberitahukan informasi yang sebenarnya perihal Kampanye kepadanya.

Sign-nya ditunjukan dengan dialog pada gambar 1,2 dan 3 yang saling berkaitan. Sedangkan *interpretant*-nya adalah sikap yang ditujukan oleh Stephen menunjukan ketidak jujuran dari perkataan yang diucapkan kepada pimpinannya, hal ini didukung oleh gesture yang ditujukan Stephen serta *statement* yang dilontarkan Mike.

Sign pada adegan tersebut dikategorikan sebagai *sinsign* dimana terdapat perkataan yang tidak berlandaskan kejujuran. *Object*-nya dikategorikan sebagai *symbol* dimana menunjukan bahwa Mike yang bertanya mengenai keadaan kampanye dan Stephen yang menjawab dengan tidak jujur. Hal tersebut membuat Mike memperingatkan Stephen untuk selalu memberitahukan informasi yang sebenarnya kepadanya. *Interpretant*-nya dikategorikan sebagai *argument* , dimana menunjukan bahwa perkataan Stephen yang tidak berlandaskan kejujuran serta perkataan Mike menyiratkan bahwa Sikap Stephen merepresentasikan pelanggaran kode etik Public Relation terhadap Integritas.

Dalam ketetapan kode etik *International Public Relation Association* (IPRA) bahwa seorang praktisi Public Relation harus berperilaku secara jujur dengan penuh integritas pada setiap kegiatan yang dilakukan, hal ini diperlukan untuk meyakinkan dan mempertahan kepercayaan dari pihak-pihak yang terlibat oleh si praktisi Public Relation tersebut. Namun sama halnya dengan gambar 1.3, gambar 1.4 malah juga merepsentasikan pelanggaran kode etik Public Relation terhadap integritas.

Integritas merupakan faktor kunci yang wajib dipunyai oleh seorang Public Relation. Konsep integritas merupakan perihal yang berkaitan erat dengan konsistensi dalam tindakan serta prinsip yang dilandasi kejujuran serta kepribadian yang kokoh. Bagi Jack Welch, dalam buku yang bertajuk “Winning” berkata orang yang mempunyai integritas selalu berkata kebenaran. Dalam agama islam, integritas dapat disamakan sebagai pribadi yang dapat dipercaya serta amanah (tabligh dan fathanah).

Pada praktisi Public Relation, bersikap terbuka serta jujur bukan hanya dilakukan kepada pihak eksternal namun juga kepada pihak internal seperti pimpinan. Praktisi Public Relation sudah seharusnya berpegang teguh pada standart moral dalam melaksanakan setiap praktek kehumasan. Senantian menjalin hubungan yang adil serta jujur kepada pihak klien atau pimpinan baik disaat sedang dalam kontrak pekerjaan maupun setelah habis masa kontrak bekerja.

Menyampaikan informasi secara jujur kepada pihak klien tentunya dapat menambah rasa kepercayaan yang diberikan pihak klien kepada praktisi public relation. Selain itu, perihal-perihal yang dirasa mampu menjadi penghambat bisa dibicarakan dan secepatnya dicari jalan keluarnya. Sehingga tidak akan ada konflik yang tidak terselesaikan atau bahkan sampai mengganggu system yang lainnya.

Orang yang berintegritas merupakan orang yang selalu dapat dipercaya sebab setiap tindakan yang dilakukan selalu dilandaskan oleh suatu kejujuran. Bersikap jujur menjadi perihal yang tidak boleh terabaikan. Seorang Praktisi Public Relation harus mampu mengatakan apa konteks yang harus di ucapkan dan lakukan sesuatu yang memang harus dilakukan. Bersikap jujur sama sama membantu diri sendiri untuk lebih mudah dimengerti oleh orang lain.

Integritas pribadi merupakan bentuk utama dari sebuah profesionalisme. Sebagai seorang Public Relation haruslah mampu bertindak dengan pertimbangan yang matang dimana faktor kejujuran menjadi landasan perilakunya. Sikap tersebut diyakini sebagai fondasi yang kuat untuk mendongkrak kinerja yang baik. Jika seorang Public Relation tidak memiliki integritas maka bukan hanya citra praktisi tersebut yang akan hancur namun juga citra lembaga nya. Integritas berkaitan dengan kreadibilitas praktisi Public Relation. Artinya, jika seorang praktisi melakukan kegiatan yang tidak berintegritas seperti tidak jujur, tidak bertanggung jawab maka sama saja dengan menghancurkan kreadibilitasnya. Sederhananya, reputasi dirinya akan hilang.

2. Pelanggaran Terhadap Kerahasiaan Informasi : Membocorkan Informasi Penting Terkait Klien serta Instansi

Keharusan dalam menghormati serta menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh pihak lain kepada praktisi Public Relation merupakan suatu kewajiban. Seorang Public Relation dituntut untuk mampu menjaga serta tidak menyebarluaskan informasi yang berkaitan dengan klien kepada pihak yang tidak berkepentingan.

Dengan sengaja menyebarluaskan kerahasiaan informasi klien sama aja telah melanggar kode etik profesi Public Relation. Menyebarluaskan informasi pihak klien kepada pihak yang tidak berkepentingan tentu akan berdampak pada hilangnya kepercayaan. Dalam hal ini, terdapat *scene* pada film The Ides Of March yang sarat akan pelanggaran terhadap kerahasiaan informasi, sebagai berikut :

Sign	

	 Gambar 1.5: Dialog Stephen Yang Akan Membocorkan Strategi Kampanye Milik Pemimpinnya Kepada Pihak Lawan
	Waktu : 01:08:23 – 01:08:49
	Shot : Over The Shoulder Shot
	Set : Kantor Partai Republik
Object	Stephen yang akan membocorkan strategi dan rahasia dari MikeMorris selaku pimpinannya kepada pihak lawan yaitu Tom Duffy
Interpretant	Pada gambar 1.5, dialog yang diucapkan oleh Stephen kepadaTom Duffy (pihak lawan) yang dengan sengaja ingin membocorkan informasi terkait strategi serta rahasia pihak kliennya kepada pihak lawan merupakan gambaran bahwa Stephen tidak dapat menjaga rahasia informasi partai yang diberikan kepadanya.

Pengambilan gambar menggunakan teknik *over the shoulder shot* berusaha mendetailkan wajah Stephen tanpa menghilangkan sosok lawan bicaranya yaitu Tom Duffy. Detail wajah Stephen serta situasi ruangan yang hening menampilkan kesan serius akan pembicaraan tersebut. Adegan diatas menampilkan posisi tubuh Stephen yang awalnya berdiri menjauh kemudian bergerak mendekati Tom Duffy menandakan bahwa Stephen mendominasi percakapaan tersebut. Tindakan Stephen yang mendominasi dimaksudkan untuk membuat Tom Duffy merasa tertekan sehingga menyetujui pembicaraan tersebut.

Adegan diatas menceritakan Stephen yang menemui Tom Duffy dengan maksud untuk membocorkan rahasia mengenai Mike selaku pimpinannya serta strategi kampanye partai tempatnya bernaung. *Object* dari adegan diatas adalah Stephen yang akan membocorkan strategi dan rahasia dari Mike Morris selaku pimpinannya kepada pihak lawan yaitu Tom Duffy. *Sign*-nya ialah ditunjukan oleh dialog pada gambar 1 dan 2 yang berkaitan dengan keinginan Stephen untuk membocorkan rahasia Mike. Sehingga timbul *interpretant* bahwa sikap sengaja Stephen dalam membocorkan rahasia Mike serta strategi partai menunjukan tindakan yang tidak dapat menjaga informasi.

Berdasarkan *triangle meaning* Pierce, *sign* pada adegan diatasdikategorikan sebagai *sinsign* yang menunjukan bahwa terjadi tindakan untuk membocorkan kerahasiaan informasi. Lalu *object* pada adegan diatas dikategorikan sebagai *symbol* yang ditujukan oleh dialog pertama serta kedua yang masing-masing mewakili symbol untuk membocorkan informasi. Sedangkan *interpretant*-nya dikategorikan sebagai *argument* bahwa tindakan Stephen untuk membocorkan informasi merupakan pelanggaran terhadao kerahasiaan informasi.

Walaupun seorang Public Relation memiliki kewajiban untuk bersikap jujur serta transparan mengenai nama, organisasi serta kepenting yang ia wakili bukan berarti membuka semua hal yang terkait dengan lembaga terkait hal yang rahasia. Informasi yang bersifat rahasia tentunya harus benar-benar dijaga kerahasiaanya.

Posisi Public Relation dalam suatu lembaga sangatlah strategis, para praktisi mengetahui dengan betul segala hal yang berkaitan dengan lembaga.

Dapat dikatakan setiap informasi yang keluar ke publik mengenai lembaga merupakan tanggung jawab Public Relation. Tidak heran jika semestinya seorang Public Relation menjamin kepercayaan yang telah diberikan oleh pihak klien ataupun pimpinan merupakan kewajibannya. Kerahasiaan informasi maksudnya adalah informasi tersebut hanya diperbolehkan untuk diberitahukan serta diketahui oleh beberapa pihak terkait artinya bukan menjadi konsumsi publik.

Informasi tersebut tentu memiliki nilai ekonomi artinya jika sampai terbongkar akan merusak reputasi perusahaan seperti rusak nya kepercayaan dari pihak eksternal kepada pihak lembaga. Alasan mengapa seorang praktisi Public Relation memiliki kewajiban untuk menjaga kerahasiaan informasi sebab profesi ini banyak mengetahui hal mengenai pimpinannnya dan lembaganya seperti dari segi strategi yang dijalankan bahkan sampai rahasia kehidupan pribadi pun tak jarang diketahui oleh praktisi Public Relation.

Mengungkapkan informasi yang bukan menjadi konsumsi publik akan memberikan kerugian yang sangat serius terhadap lembaga, klien, rekan kerja, menghancurkan reputasi yang dimiliki bahkan sampai mampu melemahkan daya saing yang dimiliki. Kewajiban menjaga kerahasiaan informasi yang diterima atau bahkan dipercayakan kepada praktisi Public Relation tersebut selama melangsungkan atau bahkan ketika ia telah menyelesaikan pekerjaannya merupakan suatu hal yang penting. Sehingga ia tidak sepatutnya menyebarluaskan atau membocorkan informasi tersebut kepada orang lain demi kepentingan pribadinya sendiri terkecuali atas perintah pihak terkait. Ketika seorang Public Relation mampu menjaga kepercayaan tersebut tentunya pihak klien yang memberikan kepercayaan merasa lebih dihargai.

Dalam penyampaian serta kerahasiaan informasi, informasi yang dapat disampaikan kepada anggota dalam lembaga umumnya terpaut mengenai

kebijakan lembaga. Seorang praktisi tidak boleh menggabungkan data asli dengan kepenting pribadi anggota. Sehingga dalam etikanya Public Relation wajib mengantarkan pesan sesuai dengan yang dipercayakan oleh pimpinan.

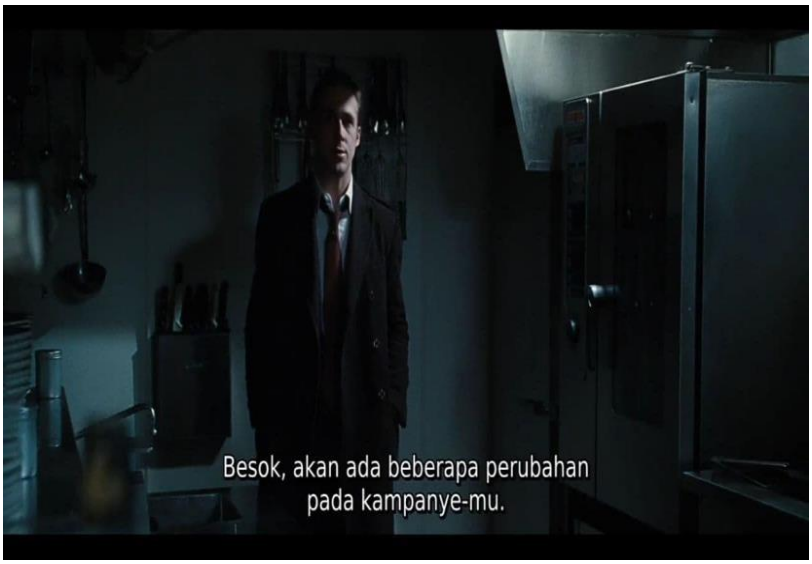
Public Relation juga mempunyai kewajiban dalam melindungi kerahasiaan informasi dengan hanya mengirimkan pesan kepada pihak yang memiliki kepentingan dan keterkaitan dengan pihak lembaga saja. Dari penjelasan tersebut jika dikaitkan dengan adegan diatas, maka Stephen telah melanggarnya sebab informasi yang ingin ia sampaikan terkait rahasia pimpinan dan strategi partai ditujukan kepada Tom Duffy yang merupakan pihak lawan dan tidak memiliki kepentingan pada partai nya.

Kebocoran informasi mengenai rahasia serta strategi lembaga ke tangan orang yang salah maka bisa saja berdampak pada reputasi partai yang akan rusak. Informasi-informasi tersebut dapat digunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk menjatuhkan nama lembaga. Penggunaan informasi yang bersifat rahasia milik lembaga yang dibocorkan oleh praktisi berdampak pada lembaganya, dampaknya adalah lembaga akan mengalami kerugian yang sangat signifikan karena informasi yang bersifat rahasia dan memiliki nilai dibocorkan terlebih dahulu oleh pihak praktisi demi kepentingannya sendiri.

Wajar jika praktisi yang menjadi pihak yang membocorkan informasi kepada pihak lain layak dibebani tanggung jawab hukum karena melanggar berbagai peraturan. Walaupun tidak terikat tanggung jawab hukum pun, tetap ada hukuman yang bersifat sosial yang diperoleh yaitu rusaknya kepercayaan dan pemecatan. Menjaga kerahasiaan informasi berarti sama saja menjaga kepercayaan yang diberikan. Jika seorang praktisi membocorkan rahasia informasi sama saja merusak kepercayaan yang diberikan.

3. Tindakan Persaingan dan Pemburuan : Perebutan Klien Serta Jabatan

Persaingan dalam dunia kerja tentu tidak akan pernah terelakan, seseorang terkadang mampu secara sengaja melakukan sesuatu hal untuk menyingkirkan rekan seprofesi demi suatu jabatan. Dalam film The Ides Of March terdapat *scene* yang sarat akan tindakan persaingan dan pemburuan, yaitu :

Sign	 **Gambar 1.6 : Dialog Stephen Yang Meminta Moris Memecat Paul**

	Waktu : 01:19:22 – 01:19:28
	Shot : Wide Shot
	Set : Ruang Dapur
Object	Stephen meminta Mike Morris untuk memecat Paul (rekan kerjaStephen) dan memberikan posisi jabatan kepada dirinya
Interpretant	Pada gambar 1.6 sikap stephen yang meminta Mike Morris untuk memecat sekaligus memberikan posisi jabatan Paul kepada dirinya merupakan salah satu sikap yang dengan sengajamenggantikan posisi rekan seprofesinya.

Pada adegan ini, diceritakan bahwa Stephen meminta Mike untuk memecat Paul dan memberikan posisi jabatan yang dimiliki Paul kepada dirinya. Stephen mengancam akan menyebarluaskan bukti hubungan gelap Mike dengan Molly selaku pegawai magang jika Mike tidak mengabulkan keinginannya. Hal ini membuat Mike tersudut hingga akhirnya menyetujui permintaan dari Stephen.

Jika dilihat dari gesture tubuh Stephen yang berjalan mendekati Mike dengan posisi tangan dimasukkan ke dalam saku mengartikan sikap mendominasi yang dilakukan Stephen ke pada Mike. Gesture tersebut juga dapat meningkatkan rasa kepercayaan diri seseorang. Perihal tersebut mendukung situasi yang terjadi dimana Stephen berusaha mendominasi pembicaraan serta dengan percaya diri nya meminta Mike memecat Paul.

Object pada adegan diatas ialah Stephen meminta Mike Morris untuk memecat Paul (rekan kerja Stephen) dan memberikan posisi jabatan kepada dirinya. *Sign* yang terlihat juga berasal dari gambar 1 dan 2 yang menampilkan dialog permintaan Stephen agar Mike memecat Paul sehingga muncul *interpretant*

bahwa tindakan yang dilakukan Stephen dengan sengaja merepresentasikan tindakan persaingan dan pemburuan.

Berdasarkan *sign*, adegan tersebut merupakan kategori *sinsign* yang tertuju pada adanya tindakan persaingan serta pemburuan. Lalu pada konteks *object* masuk kedalam kategori *symbol* ditandai dengan dialog yang diucapkan pada gambar 1 dan 2 yang mewakili adanya symbol bersaing serta mengambil klien milik praktisi lain. Sedangkan *interpretant* termasuk kepada kategori *argument* dimana permintaan Stephen kepada mike merupakan representasi dari adanya tindakan persaingan dan pemburuan.

Dalam konteks tindakan persaingan, kode etik IPRA menekankan seorang Public Relation dilarang dengan sengaja meminta kepada pihak klien untuk menggantikan rekan seprofesi tanpa alasan yang jelas. Namun pada scene tersebut Stephen malah dengan sengaja melakukan perbuatan tersebut. Selain itu, bukan hanya mengenai tindak persaingan tetapi juga merepresentasikan tindak pemburuan, dimana tindakan pemburuan berkaitan erat dengan usaha seorang Public Relation mengambil klien dari praktisi lain dengan cara yang tidak jujur. Stephen dengan sengaja merebut Mike yang merupakan pimpinan sekaligus klien dari Paul tanpa persetujuan dan tanpa sepengetahuan Paul. Kedua tindakan tersebut mencerminkan standart moral yang rendah. Menjunjung tinggi serta menerapkan perilaku etis merupakan kewajiban seorang praktisi.

Jika dilihat lebih dalam setiap kode etik IPRA yang dibentuk memang mengedepankan kebenaran di setiap aspek point kode etiknya. Hal ini disebabkan karena seorang Public Relation memang menjunjung tinggi hal-hal yang berkaitan dengan kebenaran. Sesuatu yang benar akan berdampak pada kepercayaan yang lebih mudah didapatkan. Tindakan persaingan serta pembujukan menjadi isu yang sering kali terjadi di realitas dunia pekerjaan.

Wajar memang hal ini dilakukan untuk memperoleh jenjang karir yang lebih baik lagi sehingga tidak jarang ada saja tindakan-tindakan yang tanpa didasari

menyiratkan persaingan serta pembujukan. Dalam dunia kerja, untuk mencapai suatu tujuan terkadang tindakan persaingan berlandaskan kecurangan pun akan dilakukan. Perihal ini memunculkan konflik antara rekan kerja tentunya.

Mary Ellen seorang penasihat pakar Karier mengatakan bahwa persaingan umumnya tumbuh diantara pekerja yang memiliki kemampuan dan motivitasi kerja yang sama besarnya. Dalam konteks persaingan pada kode etik Public Relation tetap mengutamakan standart moral yang tinggi dalam setiap tindakannya. Public Relation diwajibkan berperilaku berlandaskan kejujuran serta berani bertanggung jawab atas segala tindakan yang dilakukan. Persaingan dalam dunia kerja yang dianggap tidak sehat jika mulai bertindak tanpa dilandaskan oleh etika dan standart moral seperti melakukan cara yang curang, menghasut, melawan aturan dan sebagainya.

Tindakan pembujukan pun telah tercantum dalam kode etik IPRA, dimana ada larangan untuk praktisi Public Relation mengambil pimpinan praktisi lain dengan cara yang tidak jujur. Sebab jika hal itu dilakukan sama saja dengan mengambil hak orang lain. Seorang prakti Public Relation mempunyai kesadaran untuk mengetahui bahwa dalam suatu pekerjaan terdapat hak klien dalam memiliki ingin dengan siapa ia bekerja atau siapa yang menjadi perwakilannya. Hak tersebut menjadi ketentuan yang tidak boleh diganggu gugat.

Sehingga wajar saja jika isu mengenai hal ini pun juga menjadi perhatian penting dalam kode etik Public Relation. Ketika adanya perebutan klien yang dilakukan oleh seorang praktisi Public Relation maka akan berdampak pada aspek-aspek yang lainnya. Walaupun mungkin tidak terjerak dalam hukum tapi terdapat hukuman sosial yang didapat oleh praktisi yang melakukan tindakan tersebut. Seperti rusaknya hubungan antar praktisi tidak dapat terelakkan serta hilangnya rasa kepercayaan yang diberikan pihak klien, rekan dan dunia kerjanya.

Sign	 **Gambar 1.7 : Paul Berbicara dengan Stephen**
	Waktu : 01:27:52 – 01:27:56
	Shot : Wide Shot
	Set : Jalanan

Object	Paul meminta Stephen untuk memberitahukan perkataan yang Stephen ucapkan kepada Mike Morris sehingga membuat Paul dipecat
Interpretant	Dialog yang diucapkan Paul menandakan bahwa Paul dipecat oleh Mike Morris dikarenakan ada campur tangan dari Stephen

Dari adegan tersebut diceritakan bahwa Paul yang telah menyandang sebagai mantan rekan seprofesi bertemu dengan Stephen pada saat acara pemakaman salah satu teman mereka. Terlihat pada gambar 1.7, Paul melontarkan perkataan bahwa ia ingin mengetahui apa yang diucapkan oleh Stephen kepada Mike selaku pimpinan sehingga menjadikan Mike memecat Paul.

Dapat dilihat pada gambar, tatapan mata yang Paul tunjukan ketika berbicara dengan Stephen merupakan tatapan singkat sebab beberapa kali Paul mengalihkan pandangannya, hal tersebut menandakan bahwa Paul tidak tertarik berbicara dengan Stephen. Sedangkan tatapan mata Stephen yang konsisten menatap Paul menandakan bahwa ia ingin mengetahui apa yang diucapkan Paul. Pengambilan gambar menggunakan teknik *wide shot* yang bukan hanya berfokus pada tokoh tetapi juga menampilkan situasi sekitar secara lebih luas.

Object dari potongan adegan diatas adalah Paul yang meminta Stephen untuk memberitahukan perkataan yang Stephen ucapkan kepada Mike Morris sehingga membuat Paul dipecat. *Sign*-nya dapat dilihat dari dialog Paul pada gambar 1 dan 2 yang mewakili bahwa pemecatan Paul disebabkan oleh Stephen sehingga timbul *interpretant* bahwa karena adanya campur tangan Stephen-lah menjadikan Mike memecat Paul.

Jika adegan diatas dilihat berdasarkan *sign*-nya, maka merupakan kategori *sinsign* yang menunjukan bahwa telah terjadi pemecatan oleh Paul disebabkan

campur tangan Stephen. Lalu pada bagian *object*, masuk kedalam kategori *symbol* ditunjukan dari dialog yang diucapkan oleh Paul yang jika dimaknai merupakan perwakilan dari adanya pemecatan Paul yang didalamnya terdapat campur tangan Stephen. Sedangkan *interpretant*-nya termasuk kedalam kategori *argument* sebab campur tangan Stephen dalam proses pemecatan Paul merepresentasikan tindakan persaingan. Artinya bahwa Stephen yang membuat pemimpin mereka memecat Paul tanpa Paul mengetahui apa kesalahannya. Adegan 1.7 sebenarnya merupakan adegan lanjutan dari gambar 1.6, dimana permintaan Stephen yang ingin Mike memecat Paul terealisasikan.

Adanya persaingan dalam dunia kerja adalah hal yang wajar, hal tersebut tentunya menjadikan setiap praktisi menjadi lebih giat bekerja untuk menjadi yang terbaik. Namun, akan menjadi masalah jika persaingan dilakukan dengan cara yang tidak sehat. Persaingan yang tidak sehat timbul dari rasa percaya diri yang rendah sehingga takut menerima kekalahan.

Banyak bentuk yang mewujudkan persaingan tidak sehat, seperti: mengadu domba antar anggota lembaga, menyabotase pekerjaan yang dilakukan oleh praktisi lain, berusaha mencari kesalahan praktisi lain serta menjatuhkan praktisi lain dengan cara yang tidak baik, pada realitasnya situasi tersebut sering sekali terjadi. Seorang praktisi dari profesi mana pun berusaha mencari kesalahan praktisi lain untuk menjatuhkan posisi nya dari lembaga tersebut. Sikap ini akan menimbulkan sikap yang terkesan superior diatas rekan yang lain. Akan timbul rasa ketidak sukaan nantinya diantara praktisi.

Jika dilihat dari adegan diatas, bentuk persaingan yang tidak sehat ditunjukan dengan cara Stephen yang menjatuhkan Paul dengan cara yang tidak baik yaitu berusaha membuat Mike merasa terpojok sehingga menyetujui permintaan Stephen. Tindakan Stephen bukan hanya merusak hubungannya dengan Paul tetapi juga dengan Mike selaku pimpinannya. Memang rekan kerja dalam dunia kerja secara bersamaan dianggap sebagai teman namun juga sebagai pesaing.

Salah satu *reviewer* bernama Amirsyah yang telah lebih dahulu membahas mengenai film ini juga memiliki pendapat yang sejalan dengan yang peneliti sampaikan. Menurutnya, film ini bukan hanya berbicara mengenai konsep kerja seorang Public Relation tetapi juga menggambarkan bagaimana kotornya kehidupan dunia politik saat saling berhubungan. Berani merebut posisi orang lain, melakukan segala hal demi memperoleh suatu kemenangan adalah hal yang wajar.

Persaingan tidak sehat akan memicu kerusuhan pada hubungan yang dijalin. Baik dalam hubungan antara sesame anggota praktisi, hubungan dengan perusahaan bahkan juga hubungan dengan pihak eksternal. Seorang Psikolog bernama Lisa Firestone pernah mengatakan pada laman artikel *Pychology Today* ternyata kebanyakan orang tidak merasa nyaman dengan adanya daya saing sebab dapat dikatakan daya saing yang suda tidak terkendali dapat menyakiti diri sendiri dan juga orang lain. Selain itu, juga akan memperburuk performa kerja para anggota menjadikan pihak yang terkait merasa stress dan produktivitas mengalami penurunan.

Pemaparan diatas juga didukung oleh studi pada tahun 2014 yang tertulis pada sebuah artikel asal Amerika. Dalam artikel tersebut dikatakan bahwa mayoritas pekerja di dunia menyatakan bahwa persaingan yang terjadi antara mereka dengan rekan kerja atau bahkan pimpinan telah merusak kinerja bekerja mereka. Berasal dari para narasumber yang disurvei juga mengatakan bahwa persaingan tersebut menciptakan rasa stress yang dirasakan.

Ketika persaingan yang tidak sehat tersebut terus menerus muncul dan meningkat intensitas konfliknya maka tentu akan menghambat kemajuan perusahaan. Artikel Business Journal mengungkapkan bahwa persaingan yang terjadi pada internal lembaga lebih mudah menghancurkan lembaga dibanding persaingan dengan pihak eksternal.

Persaingan pada dunia kerja tetap dapat dilakukan dengan cara yang sehat sebenarnya asalkan dari setiap anggota nya dapat bersikap secara sportif. Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa persaingan yang tidak sehat timbul dari rasa tidak percaya diri maka yang harus dilakukan pertama kali adalah mencoba untuk mempercayai kemampuan diri. Menanamkan sikap percaya terhadap kemampuan yang dimiliki. Dengan begitu pemikiran untuk bermain secara kotor dapat terhindari.

Setiap praktisi sudah seharusnya menggali kemampuan dirinya sehingga akan muncul perbedaan antara dirinya dengan praktisi lain. Perbedaan itulah yang akan meningkatkan daya tarik si praktisi di mata pimpinan. Dalam artikel The Muse tertera bahwa seorang pekerja semampu mungkin harus mengambil sisi positif dari sebuah persaingan agar menjadikan dirinya bekerja lebih keras lagi. Hal itu membuat seorang pekerja hanya terfokus dengan target pekerjaan yang ingin ia capai sehingga tidak mudah terprovokasi akan hal-hal lain.

4. Tindakan Mempengaruhi dan Membujuk : Mempengaruhi Untuk Melakukan Tindakan Melanggar Hukum serta Tindakan Suap-menyuap

Bekerja dalam suatu lembaga tentu akan menjadikan hubungan antar rekan seprofesi menjadi lebih *solid* namun tentunya hal tersebut harus diletakkan pada kegiatan positif. Seorang praktisi Public Relation mempunyai larangan untuk tidak mempengaruhi pihak yang memiliki keterlibatan dengan dirinya untuk melakukan satu tindakan yang tidak patut dilakukan. Serta dilarang untuk membujuk pihak lain dengan memberikan uang ataupun wujud lain demi kepentingan yang dimiliki. Namun, nyatanya dalam film ini terdapat adegan yang menyiratkan tindakan mempengaruhi dan membujuk, yaitu:

Sign	 **Gambar 1.8 : Stephen dan Paul sedang berbicara dengan Mike**
	Waktu : 00:39:35-00:39:40
	Shot : Over The Shoulder Shot
	Set : Aula
	Paul mempengaruhi serta meminta Mike untuk memberikan posisi jabatan kabinet kepada Thompson demi memperoleh

Object	dukungan serta kemenangan pada kampanye mereka
Interpretant	Adegan yang dilakukan Paul menandakan bahwa Paul berusaha mempengaruhi Mike sedangkan dialog yang diucapkan menandakan tindakan untuk membujuk Thompson agar berpihakkepada mereka dengan memberikan jabatan kabinet

Dalam adegan tersebut, diceritakan bahwa perolehan suara pada kampanye partai lawan lebih unggul dibanding partai yang mereka naungi. Tentu hal ini menjadi masalah bagi mereka. untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, Stephen serta Paul berusaha untuk mengusulkan kepada pimpinan mereka yaitu Mike agar memberikan jabatan kabinet kepada Thompson dimana ia merupakan orang yang memiliki pengaruh besar terhadap pemilihan suara pada kampanye kala itu. Mereka menganggap jika Thompson berada pada pihak yang sama, maka kemenangan sudah jelas berada pada pihak mereka.

Teknik *Over The Shoulder Shot* pada pengambilan gambar berusaha menekankan wajah serta gesture dari tokoh Stephen serta Paul. Penekanan mimik wajah dan gesture dapat dikatakan menjadi pendukung dari dialog yang diucapkan. Jika dilihat melalui gesture yang ditunjukan oleh Stephen, kepala yang miring menandakan bahwa ia ingin mendengar secara detail apa yang disampaikan oleh Paul lalu gesture mengerutkan alis menandakan bahwa Stephen sedang berada pada kondisi kebingungan.

Sedangkan posisi tangan Paul seperti memegang sesuatu menandakan adanya rasa percaya diri. Terdapat kaitan antara gesture yang ditunjukan keduanya dengan situasi yang ditampilkan. Sikap Stephen menandakan kebingungan atas kondisi partai mereka yang tertinggal dalam perolehan suara. Sedangkan gesture yang ditunjukan Paul mendukung dialog yang diucapkan bahwa ia merasa percaya dengan memberikan jabatan kepada Thomson maka mereka akan menang.

Object dari adegan diatas ialah menunjukan bahwa Paul meminta Mike untuk memberikan jabatan kabinet kepada Thomson untuk memperoleh dukungan darinya. *Sign*-nya adalah dialog yang diucapkan oleh Paul pada adegan 1 dan 2 yang saling berkaitan. Muncul *interpretant* bahwa Paul berusaha mempengaruhi Mike dan juga terdapat tindakan membujuk dengan memberikan jabatan kabinet agar Thompson berpihak kepada mereka.

Berdasarkan *sign*, adegan diatas termasuk dalam kategori *sinsign* dimana menunjukan telah terjadi tindakan mempengaruhi serta pembujukan. Lalu berdasarkan *object*, adegan tersebut merupakan kategori *symbol* yang menunjukan bahwa Paul berusaha mempengaruhi dan meminta Mike untuk memberikan jabatan kabinet kepada Thompson demi memperoleh dukungan. Serta *interpretant*-nya termasuk dalam kategori *argument*, dimana menunjukan tindakan yang dilakukan Paul kepada Mike termasuk tindakan mempengaruhi sedangkan dialog yang mengatakan untuk memberikan jabatan kepada Thompson agar memperoleh dukungan merupakan tindakan pembujukan.

Adegan yang dilakukan Paul kepada Mike merupakan kategori tindakan mempengaruhi. Dalam konteks Kode Etik IPRA dijelaskan bahwa seorang praktisi Public Relation dilarang untuk mempengaruhi pihak yang terlibat untuk melakukan tindakan yang berlawan dengan hukum. Seorang Public Relation memang memiliki kewajiban untuk memberikan nasihat yang akan memberikan gambaran mengenai keadaan atau situasi lembaga. Namun, terdapat batasan dimana tindakan dalam mempengaruhi tersebut tidak boleh berlawanan dengan hukum.

Pada adegan diatas, tindakan mempengaruhi yang dilakukan Paul kepada Mike melanggar ketetapan hukum. Dimana Paul dengan sengaja mempengaruhi Mike untuk memberikana jabatan kepada Thompson. Memberikan jabatan sama saja melakukan tindakan suap menyuap. Tindakan suap menyuap dalam kode etik IPRA dikategorikan ke dalam tindakan pembujukan.

Didalam ketetapan kode etik IPRA pun telah dijelaskan seorang praktisi Public Relation dilarang dengan sengaja memberikan uang ataupun dalam wujud lain kepada pihak lain. Tindakan membujuk sama saja dengan tindakan suap-menyuap. Dalam islam tindakan membujuk juga dilarang. Orang yang memberi serta menerima sesuatu dalam bentuk uang, barang, jabatan maupun dalam bentuk lainnya sama-sama berdosa dan bersalah.

Tindakan pembujukan merupakan tindakan penyimpangan integritas dalam melaksanakan tugas sebagai seorang Public Relation. Tindakan membujuk secara sederhana dianggap menyalahgunakan amanah secara melawan hukum yang berlaku untuk memperoleh keuntungan pribadi. Unsur-unsur yang lekat pada tindakan pembujukan adalah seperti menyediakan serta memberikan dan, barang , jabatan serta dalam bentuk apapun secara cuma-cuma untuk memperoleh keuntungan dan kepentingan pribadi.

Praktisi Public Relation memiliki kewajiban untuk berperilaku secara etis dari segi perilaku, sikap, etika serta moral. Dimana jika dikaitkan dengan tindakan mempengaruhi serta membujuk yang ditampilkan pada adegan diatas, maka tidak mencerminkan seorang praktisi Public Relation yang baik. Sebab seorang praktisi Public Relation yang dapat menjalankan kode etik profesinya dengan baik maka bisa dipastikan ia mempunyai kepribadian yang baik pula.

5. Terjadinya Konflik Kepentingan : Memanfaatkan Dana Instansi Demi Kepentingan Pribadi

Seorang praktisi Public Relation mempunyai kewajiban untuk menghindari kegiatan yang akan memicu suatu konflik. Konflik kepentingan merupakan keadaan pada saat seseorang memanfaatkan posisinya untuk mengharapkan sesuatu. Pada film The Ides Of March terdapat adegan yang menyiratkan mengenai konflik kepentingan, yaitu :

Gambar 1.9 : Stephen Berbicara Dengan BenMengenai Keuangan Kas Partai

Sign	Waktu : 0:50:37 – 0:50:45
	Shot : Close Up
	Set : Ruangan Stephen
Object	Stephen bertanya mengenai berapa batas pinjaman dana kas dan meminta dana kas sebanyak batas peminjaman tersebut serta meminta Ben untuk tidak mencatat keterangan pada pengeluarandana tersebut.
Interpretant	Pada gambar 1.9 menjelaskan bahwa ada suatu kepentingan pribadi yang menjadikan Stephen meminta dana partai dan tidakmengizinkan Ben untuk mencatatnya

Pengambilan gambar dengan teknik *close up* berusaha memfokuskan karakter Stephen yang terlihat tegang saat berbicara dengan Ben. Sorot mata yang tajam serta lurus ditujukan Stephen kepada Ben dalam artian bahwa yang ia ucapkan menandakan keyakinan. Adegan diatas terlihat bahwa posisi berbicara Stephen sangat dekat serta memfokuskan pandangannya kepada Ben.

Dapat dilihat bahwa objek dari *scene* diatas ialah memperlihatkan bahwa awalnya Stephen bertanya mengenai berapa batas pinjaman dana kas dan meminta dana kas sebanyak batas peminjaman tersebut serta meminta Ben untuk tidak mencatat keterangan pada pengeluaran dana tersebut. *Sign*-nya dapat dilihat dari dialog yang diucapkan oleh Stephen pada gambar bahwa Stephen melarang Ben untuk mencatat dana kas yang ia minta. Sehingga muncul interpretasi bahwa tindakan Stephen melakukan hal tersebut karena ada faktor kepentingan yang mengharuskannya untuk menggunakan dana kas partai serta tidak mengizinkan Ben untuk mencatatnya.

Pada bab II di paparkan bahwasanya pada *triangle meaning* milik Pierce dibagi lagi menjadi beberapa bagian. Berdasarkan *sign*-nya adegan diatas

termasuk dalam kategori *Sinsign*. *Sinsign*-nya ialah telah terdapat faktor kepentingan yang ditandai dengan Stephen menggunakan dana kas namun melarang Ben untuk menuliskan keterangan dana tersebut. Berdasarkan *object*, maka adegan diatas termasuk dalam kategori *symbol*. Dimana *symbol*-nya ditunjukan dengan dialog yang dilontarkan Stephen dari awal mulai ia bertanya, meminta sampai melarang Ben untuk menuliskan keterangan pengeluaran dana kas tersebut. Perihal tersebut merupakan *symbol* dari tindakan yang tidak berlandaskan kejujuran. Berdasarkan konteks *interpretant* maka adegan diatas termasuk kategori *argument*. Dimana *argument*-nya menunjukan bahwa tindakan Stephen merepresentasikan adanya konflik kepentingan sebab penggunaan dana kas partai diperuntukkan untuk keperluan pribadinya ditambah lagi dengan larangan mencatat pengeluaran tersebut.

Dalam konteks kode etik Public Relation berdasarkan standart IPRA, seorang Public Relation dilarang untuk terlibat dalam suatu konflik kepentingan dan apabila terjadi suatu konflik maka praktisi mempunyai kewajiban untuk memberitahukannya kepada pihak yang terkait. Namun, pada adegan diatas Sikap yang ditunjukan Stephen telah melanggar ketetapan tersebut.

Terdapat faktor kepentingan pribadi yang mengharuskan Stephen untuk menggunakan dana kas partai dan yang menjadi permasalahan adalah Stephen meminta Ben untuk tidak mencatatnya. Adegan diatas yang ditunjukan Stephe juga merupakan tindakan korupsi dan tindakan korupsi merupakan bagian dari konflik kepentingan.

Pada praktik humas, problematika yang sering kali ditemui oleh praktisi Public Relation ialah bagaimana cara untuk menyamakan kepentingan organisasi yang bernaung, kepentingan publik, kepentingan profesi serta kepentingan pribadinya. Ketika seorang praktisi tidak mampu menyeleraskan semuanya dan tanpa disadari lebih mengedepankan kepentingan pribadinya maka muncullah konflik kepentingan.

Konflik kepentingan sendiri merupakan keadaan dimana seorang praktisi melakukan suatu tindakan dimana ada kepentingan pribadi didalamnya. Adanya konflik kepentingan akan berdampak pada kurangnya kepercayaan yang diberikan seseorang terhadap praktisi tersebut. Terdapat banyak bentuk dari sebuah konflik kepentingan seperti : adanya penyalahgunaan jabatan, memberikan akses kepada pihak lain untuk masuk dalam lembaga dengan cara mudah, memanfaatkan jabatan untuk kepentingan pribadi serta menggunakan asset milik lembaga untuk kepentingan pribadi dan sebagainya.

Praktik konflik kepentingan menjadi perhatian penting bagi setiap praktisi untuk itu wajar saja jika isu ini tercantum dalam kode etik yang melarang praktik yang tidak baik semacamnya. Pada sebuah lembaga ataupun perusahaan, konflik kepentingan sangat rentan menimbulkan masalah. Namun, sayangnya sikap tersebut selalu terjadi bahkan kepada praktisi yang paling dipercaya. Sehingga solusi terbaik dalam dunia kerja mengenai konflik kepentingan tidak akan ditoleransi.

Konflik kepentingan dapat menghilangkan kepercayaan yang mungkin dimiliki lembaga. Kepercayaan terhadap kemampuan praktisi dalam menjalankan tugas serta peran praktisi dengan lembaga. Hal tersebut akan menimbulkan kecurigaan dan keengganan untuk membagikan informasi penting dengan praktisi tersebut. Konflik kepentingan juga dapat menimbulkan tindak pidana.

Dalam adegan diatas, bentuk konflik kepentingan yang dimasuk adalah menggunakan asset milik lembaga untuk kepentingan pribadi. Aset yang dimaksud bukan hanya dalam bentuk barang tetapi juga nominal. Namun, walaupun begitu terdapat beberapa lembaga yang memberikan kompensasi kepada para anggota nya untuk menggunakan asset lembaga untuk kepentingan pribadi dengan tujuan yang jelas. Namun, pada adegan ini tujuan dari penggunaan asset tersebut tidak jelas maksudnya ditandai dengan dialog Stephen yang melarang Ben untuk mencatat pengeluaran dana kas tersebut.

Dampak dari adanya konflik kepentingan yaitu tentunya akan merusak reputasi praktisi tersebut timbul rasa ketidak percayaan atas tindakan praktsi tersebut di kemudian hari. Selain itu, hubungan kerja yang menjadi buruk pun dapat terjadi bahkan yang lebih fatal potensi kehilangan pekerjaan tak dapat dielakkan.

C. Pembahasan

Setelah menemukan representasi pelanggaran kode etik Public Relation dalam Film The Ides Of March berdasarkan standart *International Public Relation Association*. Selanjutnya penulis akan mengonfirmasikan hasil penelitian tersebut dengan teori representasi dan teori semiotika yang telah dijelaskan pada bab II sebagai pisau bedah teorinya.

Marcel Danesi mengatakan bahwa representasi merupakan proses pemaknaan terhadap suatu tanda yang ada pada sebuah objek. Teori representasi sendiri ialah teori yang berusaha memahami suatu tanda dalam bentuk gambar, suara, dialog ataupun yang lainnya untuk dijelaskan dalam bentuk narasi yang lebih mudah dipahami. Dapat dikatakan, teori ini membahas mengenai suatu tanda yang dianggap sebagai suatu “perwakilan” dari suatu topik.

Jika hasil dari analisis film The Ides Of March diatas dikonfimasikan dengan teori representasi dan teori semiotika maka tujuh *scene* yang telah dipilih peneliti memang merupakan perwakilan dari pelanggaran kode etik Public Relation berdasarkan standart IPRA. Idealnya, pemaknaan tanda pada teori representasi bertumpu pada realitas sosial yang telah diketahui. Sehingga dalam proses merepresentasikan tanda tersebut merujuk pada bagaimana realitas tersebut memaknainya. Pada konteks ini, penulis merepresentasikan tanda pelanggaran kode etik Public Relation berdasarkan ketetapan kode etik *International Public Relation Association* (IPRA).

Konsep semiotika menurut Barthes, pada dasarnya merupakan ilmu yang mempelajari kemanusiaan memaknai suatu tanda. Dalam konteks semiotika menurut Charles Sanders Pierce, tanda yang dimaksud merupakan perwakilandari sesuatu hal dan dalam memaknai tanda tersebut tergantung bagaimana si penerimanya memaknai hal tersebut.

Jika dikaitkan dengan teori Semiotika Charles Sanders Pierce menggunakan teori segitiga makna, yaitu : *sign, object* dan *interpretant*. Penulis menemukan bahwa *sign* yang dipilih menggunakan *sinsign* pada setiap adegan karena peneliti ingin menunjukan bahwa ada hubungan sebab akibat didalam setiap adegan nya. Sebagai contoh telah terjadi tindakan persaingan yang muncul dari tindakan Stephen yang meminta Mike memecat Paul. *Sinsign* ingin menekankan bahwa tanda yang tertera pada suatu objek memiliki pemaknaan.

Sedangkan *object* menggunakan *symbol* yaitu gambar dan dialog yang menunjukan makna yang muncul dari sebuah kesepakatan dimana tanda dan denotasinya disesuaikan dengan peraturan atau realitas yang berlaku. Sebagai contoh Paul yang dipecat karena permintaan Stephen ditunjukan dengan dialog yang diucapkan oleh Paul adegan 1.7, dialog yang diucapkan paul diartikan sebagai tanda dan makna dari dialog tersebut menyatakan Paul dipecat karena adanya campur tangan Stephen.

Dan *interpretant* menggunakan *argument* sebab setiap tanda yang terkandung dalam objek tersebut dimaknai sesuai dari peraturan yang berlaku atau dapat dikatakan berasal dari interpretasi penulisnya. Sebagai contoh jika dilihat dari tindakan Stephen yang meminta Mike untuk memecat Paul bila dikaitkan dengan peraturan kode etik IPRA maka Stephen telah melakukan tindakan persaingan. Sebab pada pemaparan dalam bab II sebagai pisau bedah, tindakan persaingan itu menekankan pada kegiatan praktisi yang secara sengaja meminta klien untuk menggantikan rekan kerjanya. Dan jika dikaitkan dengan adegan, tergambar dengan sangat jelas bahwa Stephen dengan sengaja meminta Mike untuk mengeluarkan Paul.

Sehingga pada penelitian ini, peneliti memperoleh makna berdasarkan unsur segitiga Charles Sanders Pierce dalam beberapa gambar pada penyajian data. Maka diperoleh makna bahwa memang terdapat beberapa pelanggaran terhadap kode etik Public Relation, dimana pelanggaran tersebut mencakup : pelanggaran terhadap integritas, pelanggaran terhadap kerahasiaan informasi, tindakan persaingan dan pemburuan, lalu tindakan mempengaruhi dan membujuk serta tindakan konflik kepentingan.

Penemuan peneliti mengenai beberapa pelanggaran kode etik Public Relation dalam film ini juga sejalan dengan pendapat dari salah satu *reviewer film* Ade Yuliariza yang menyatakan bahwa dalam film ini banyak sekali adegan yang mampu mengubah perspektif serta pandangan masyrakat mengenai cara kerja Public Relation terkhusus ketika proses pelaksanaan pemilu dan kampanye. Adanya konspirasi, penipuan, pembohongan, suap menyuap serta pemerasan dapat tergambar dengan jelas pada setiap adegan dalam film tersebut.

Dari analisis yang dilakukan peneliti, dibanding adegan yang menggambarkan hubungan lembaga dengan publiknya. Adegan di film ini lebih banyak menekankan pada interaksi antara praktisi dengan praktisi lain dan juga interaksi dengan pimpinannnya. Film ini menceritakan adegan yang lebih mengedepankan kepercayaan serta kesetiaan dalam dunia kerja yang harus dilakukan oleh seorang praktisi Public Relation.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Bersumber pada analisis data serta pemaparan dalam penelitian mengenai representasi pelanggaran kode etik Public Relation dalam film The Ides Of March menggunakan semiotika Charles Sanders Pierce maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam film tersebut mengandung unsur pelanggaran kode etik Public Relation berdasarkan standart *International Public Relation Association* (IPRA). Setiap adegan tersebut disajikan dalam bentuk tabel penyajian data lengkap dengan adegan, dialog, waktu, teknik pengambilan gambar serta *setting* tempat.

Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh tujuh tanda yang merepresentasikan unsur pelanggaran kode etik IPRA yaitu : pelanggaran terhadap integritas dimana tertuju adanya adegan yang tidak berlandaskan kejujuran, lalu terjadinya pelanggaran terhadap kerahasiaan informasi, tindakan persaingan dan pemburuan, lalu tindakan mempengaruhi dan membujuk serta tindakan konflik kepentingan yang dilakukan oleh tokoh Stephen. Dimana objek pada setiap adegan dirujuk dari setiap dialog yang ada sehingga memunculkan interpretant. Ketujuh *scene* tersebut berdasarkan *sign*-nya termasuk ke dalam kategori *sinsign,* berdasarkan *object*-nya termasuk ke dalam kategori *symbol,* sedangkan *interpretant*-nya termasuk dalam kategori *argument.*

B. Saran

Ketetapan kode etik yang berlaku pada profesi Public Relation seharusnya menjadi pedoman bagi setiap praktisi namun ternyata kepatuhan dalam menjalankannya masih terlalu minim. Untuk itu sudah seharusnya bagi para praktisi serta calon praktisi Public Relation bisa lebih mengetahui serta menerapkan kode etik tersebut saat menjalankan tugasnya. Setiap anggota harus

lebih menyadari betapa pentingnya etika yang harus dijalankan oleh seorang Public Relation demi integritas serta profesionalitas.

Berbicara mengenai topik kode etik *Public Relation* dapat dikatakan bahwa masih sedikit pembahasan atau topik yang mengangkat hal tersebut. Dari segi teori mengenai kode etik bahkan sampai contoh kasus yang dapat menjadi pelajaran bagi para praktisi atau calon praktisi Public Relation. Oleh sebab itu dirasa perlu adanya pengembangan informasi melalui buku, jurnal ataupun literatur lainnya yang dapat menjadi sumber referensi mengenai etika serta kode etik Public Relation.

DAFTAR PUSTAKA

Abdulkadir, Muhammad, (1997). *Etika Profesi Hukum*, Bandung : Citra Aditya Bakti.

Al-qura'an, Lajnah Pentashihan Mushaf, (2014). *Mushaf Al-quran Tajwid dan Terjemah.* Solo : Penerbit Abyan.

Ardial, (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta : PT Bumi Aksara.

Arikunto, (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT. Rineka Cipta

Asriningsari, Ambarini & Nazla Umaya, (2010). *Semiotika Teori dan Aplikasi pada Karya Sastra*. Semarang : UPGRIS PRESS

Baines, Paul, John Egan, Frank Jefkins, (2004). *Public Relation : Comtemporary Issues and Techniques*. Amsterdam : Elsevier

Cangara, Hafied. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers

Danandjaja, (2011). *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Danesi, Marcel, (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta : Jalasutra.

Fiske, John, (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.

Halik, Abdul, (2012). *Tradisi Semiotika dalam Teori dan Penelitian Komunikasi*. Makassar : Alauddin Press.

Haidir, & Salim, (2019*). Penelitian Pendidikan : Metode, Pendekatan dan Jenis*. Jakarta : Penerbit Kencana.

Ibrahim, Idy Subandy, (2011). *Budaya Populer sebagai Komunikasi* ; Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer. Yogyakarta : Jalasutra.

Ida, Rachmah, (2018). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta : Prenadamedia Group.

Irwansyah, Ade, (2009). *Seandainya Saya Kritikus Film : Pengantar Menulis Kritik Film.* Jakarta : Homerian Pustaka.

Kholil, Syukur, (2016). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Medan : Perdana Publishing.

Kriyantono, Rachmat, (2008). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana

Mulyana, Deddy, (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Nova, Firsan, (2009). *Crisis Public Relations*, Jakarta : Grasindo

Ruslan, Rosady, (2001). *Etika Kehumasan Konsepsi & Aplikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.

Sari, A. Anditha, (2017). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*.Yogyakarta : Penerbit DeePublish.

Singarimbun, Marsi, (1989). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : LP3LS. Sobur,

Alex, (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Sugiyono, (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Theaker, Alison, (2001). *The Public Realtions Handbook*. London : Routledge

Thoret, Jean Baptiste, (2017). *Talk About Cinema*. Prancis : Flammarion.

Vera, Nawiroh, (2015). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Wibowo, Indiwan Seto Wahyu, (2013). *Semiotika Komunikasi-Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Edisi 2*. Jakarta : Penerbit Mitra Wacana Media.

Yulianita, Neni, (2012). *Dasar-Dasar Public Relation*. Solo : Global.

Referensi Jurnal :

Aldita, Dea, (2014). Analisis Isi Film Wag The Dog Tentang Pelanggaran-Pelanggaran Kode Etik Humas. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, 75-87.

Putri, Dewa Ayu Hendrawathy, (2017). Etika Profesi dan Profesionakisme Public Relation. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 44-68

Rumui, Erlina, (2016). Analisis Isi Mengenai Pelanggaran Kode Etik Profesi Public Relation dalam Film Thank You For Smoking. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 4, 2-12.

Saputra, Vinda Eka. 2019. Analisis Penerapan Etika Foto Hukum Cambuk Di SerambiNews.com Periode November dan Desember 2018. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 5, 50-59

Yosiana, Alfath, (2019). The Ides Of March : Representasi Etos Kerja Seorang Public Relation. *Jurnal Al-Hikmah : Jurnal Dakwah*, Vol. 13, 241-252

Referensi Skripsi :

Ekawati, Julia, (2016). *Representasi Feminisme Dalam Film Siti (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya.

Lionda, M. Risha Glamora, (2019). *Analisis Semiotika Representasi Citra Islam Dalam Film Dokumenter Salam Neighbor*, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Rahma, Fadilla, (2017). *Representasi Perjuangan Perempuan dalam Film "Mona Lisa Smile" (Studi Analisis Semiotika)*. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Alauddin Makassar.

Safitri, Ade, (2013), *Peranan Public Relation Dalam Organisasi*. Skripsi. Program Studi Sekretari D III, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Usman, Nur Hikma, (2017). *Representasi Nilai Toleransi Antar Umat Beragama dalam Film "Aisyah Biarkan kami Bersaudara" (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)*. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Alauddin Makassar.

Wahyuni, Resky Ayu. (2017). *Nilai Harga Diri Suku Bugis Makassar (Analisis Semiotika Budaya dalam Film Uang Panai)*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Alauddin Maakassar.

Referensi Website :

http://www.prindonesia.co/detail/795/Dewan-Kehumasan-Dibutuhkan

https://www.jagatreview.com/2012/02/the-ides-of-march-antara-idealisme-atau-bertahanhidup

https://www.ipra.org/member-services/code-of-conduct/

https://tumpi.id/14-tipe-shot-dalam-pengambilan-gambar-film/

http://itjen.pu.go.id/single_kolom/81

https://tekno.kompas.com/read/2012/08/24/16423556/10 arti.bahasa.tubuh

https://male.co.id/detail/10367/adanya-persaingan-kerja-di-kantor-itu-baik-men-scope-4

https://www.umy.ac.id/budaya-menonton-lebih-dominan-di-kalangan-masyaraka

RIWAYAT HIDUP

Anggy ayu wandari adalah nama penulis skripsi ini. Lahir pada tanggal 02 Oktober 1999 di Medan Provinsi Sumatera Utara. Penulis merupakan anak pertama dari 4 bersaudara, dari pasangan Surya Budi Anto dan Misdiana. Penulis pertama kali masuk pendidikan di SD Negeri 004 Tanjung Uban pada tahun 2005 sampai tahun 2009 lalu penulis berpindah dan melanjutkan pendidikan ke SD Amal Luhur Kota Medan dari tahun 2009 sampai tahun 2011. Setelah menyelesaikan pendidikan sekolah dasar, penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 18 Medan sampai tahun 2014.

Setelah tamat di SMP, penulis melanjutkan ke SMA Darussalam Medan dan tamat pada tahun 2017. Dan di tahun yang sama penulis pun terdaftar sebagai Mahasiswa Di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi dan tamat di tahun 2021.

Dengan sikap giat serta motivasi untuk terus belajar serta berusaha keras. Penulis akhirnya berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan adanya tugas akhir ini mampu memberikan manfaat yang bersifat positif untuk dunia pendidikan.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **"Analisis Semiotika Representasi Pelanggaran Kode Etik Public Relation Dalam Film The Ides Of March"**