

**REPRESENTASI *EXCELLENCE IN PUBLIC RELATION* DALAM FILM
“*THANK YOU FOR SMOKING*” DILIHAT DARI PENDEKATAN
SEMIOTIKA ROLAND BARTHES**

**Larasati Kusumaningtyas; Sidiq Setyawan
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika,
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi *Excellence In Public Relation* dalam film “*Thank You For Smoking*”. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data primer dari penelitian adalah film “*Thank You For Smoking*” berdurasi 90 menit yang dirilis pada tahun 2005 dan disutradarai oleh Jason Reitman, adapun sumber data primer dalam penelitian ini didapatkan dari Youtube. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria memilih *scene-scene* yang merepresentasikan stratifikasi sosial dalam film *Thank You For Smoking*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan teknik dokumentasi dan observasi. Adapun analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi strategi *Public Relations* dalam film *Thank You for Smoking* ditunjukkan melalui empat model pada public relation, yaitu model *agency pers*, model *public information*, model *two way asymmetric* dan model *two way symmetric*. Nick Naylor yang berperan sebagai *Public Relations* dari akademi studi tembakau berhasil menggunakan strategi model *Public Relations* untuk membantunya dalam berinteraksi dengan lawannya untuk mempersuasi lingkungan sependapat dan sepemikiran dengan argumen yang Nick Naylor keluarkan memiliki tujuan merubah persepsi buruk mengenai rokok terhadap kesehatan dan anak - anak. Namun, dalam menjalankan tugasnya sebagai *Public Relations* yang profesional, Nick mampu menjaga etika ketika menjadi seorang *Public Relations* serta tidak semena-mena terhadap lawannya, seperti menjatuhkan pihak lawan, memotong pembicaraan, dan menahan untuk menjadi pendengar ketika lawan berbicara mengeluarkan pernyataan tersebut.

Kata Kunci: Representasi, *Excellence In Public Relation*, Semiotika

Abstract

This study aims to determine how the representation of Excellence in Public Relations in the film "Thank You For Smoking". The type of research used in this research is descriptive qualitative. The primary data from the research is the 90-minute film “Thank You For Smoking” which was released in 2005 and directed by Jason Reitman, while the primary data source in this study was obtained from Youtube. The data collection technique used is purposive sampling, with the criteria of selecting scenes that represent social stratification in the film Thank You For Smoking”. Data collection techniques in this study using documentation and observation techniques. The data analysis in this study used the semiotic analysis of Roland Barthes. The results showed that the representation of the Public Relations strategy in the film Thank You for Smoking is shown through four models in public relations, namely the press agency model, the public information model, the two way asymmetric model and the two way symmetric model. Nick Naylor who acts as Public Relations from the academy of tobacco studies successfully uses the Public Relations model strategy to help him

interact with his opponents to persuade the environment to agree and think with the arguments that Nick Naylor puts out with the aim of changing bad perceptions about smoking on health and children - children. However, in carrying out his duties as a professional Public Relations, Nick is able to maintain ethics when he is a Public Relations and not arbitrarily against his opponents, such as bringing down the opposing party, interrupting the conversation, and holding back from being a listener when the opponent speaks making the statement.

Keywords: Representation, Excellence in Public Relations, Semiotics

1. PENDAHULUAN

Public relations merupakan sebuah proses yang direncanakan dan berlangsung secara terus menerus atau berkesinambungan, dimana tujuan dari semua kegiatan atau aktivitas yang dilakukan adalah membangun, menjaga, serta mempertahankan citra positif dari publik internal maupun eksternal terhadap perusahaan (Selvina, 2017). *Public Relations* juga diartikan sebagai fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik (Pakaradena, 2018). *Public relations* mempunyai kedudukan yang penting bagi lembaga ataupun institusi. Hal ini disebabkan karena *Public relations* berfungsi untuk membagikan data secara pas dan akurat sehingga sanggup diterima serta bisa dimengerti oleh publik. Pada saat data yang diterima oleh publik bisa dimengerti, asumsi ketidak pedulian sesuatu lembaga bisa berganti menjadi suatu penafsiran tentang apa yang sudah dicoba oleh lembaga tersebut serta sanggup membagikan citra yang positif. Oleh sebab itu, kegiatan *Public relations* membutuhkan kemampuan menyampaikan informasi secara efektif, melatih persuasi, dan membuat keputusan kolaboratif dengan manajemen (Tanyildizi & Ataykaya, 2019) *Public relations* adalah upaya, dengan informasi, persuasi, dan penyesuaian, untuk merekayasa publik dukungan untuk suatu kegiatan, penyebab, gerakan, atau institusi (Indris, 2019). *Public relations* juga diartikan sebagai suatu seni untuk menciptakan pengertian publik secara lebih baik, sehingga dapat memperdalam kepercayaan seseorang atau organisasi (McKenna, 2017). Seni dalam hal ini berkaitan dengan komunikasi, dimana seorang *public relations* harus mampu menampilkan seni berkomunikasi yang baik sehingga akan memberikan keuntungan pada nama baik seseorang atau organisasi. Prinsip dasar dari seni berkomunikasi adalah untuk dapat menarik minat publik dan memperdalam kepercayaan publik terhadap segala hal yang berkaitan dengan seseorang atau organisasi (Arkiang, 2018). Oleh sebab

itu, peran humas dalam proses *public relations* sangatlah penting dengan tujuan agar mampu menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat, memberikan kebenaran-kebenaran informasi, meningkatkan citra perusahaan serta menghasilkan saling pengertian antara perusahaan dengan publik (Nurnisya, 2021). Selain humas, faktor pentingnya lainnya yang menjadi kunci keberhasilan *public relations* yaitu media yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Media dalam *public relations* berfungsi sebagai sarana komunikasi antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya melalui suatu komunikasi dua arah (Rafi, 2019). Salah satu media yang dapat digunakan sebagai sarana *public relations* yaitu film.

Film merupakan rangkaian gambar yang bergerak membentuk suatu cerita atau juga bisa disebut movie atau video (Apriliany, 2021). Film juga sering disebut sebagai alat untuk merefleksikan dan membentuk realitas sosial. Realitas sosial inilah yang dikonstruksikan menjadi sarana yang kuat dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas (Munazir dan Yuliati, 2019). Salah satu contoh film yang merupakan refleksi realitas sosial yaitu film berjudul *Thank you for Smoking* yang membahas mengenai representasi dari kehidupan seorang *Public Relations* profesional. *Thank you for Smoking* merupakan salah satu film Amerika yang memiliki genre komedi gelap yang dirilis pada tahun 2005 dan di sutradarai oleh Jason Reitman. Film ini diangkat dari novel satir pada tahun 1994 karya dari Christopher Buckley. Tokoh utama dalam film ini bernama Nick Naylor yang diperankan oleh Aaron Eckhart dan Ortolan Finistire yang perankan oleh William H. Macy sebagai senator.

Film *Thank you for Smoking* menceritakan Nick Naylor yang memiliki kemampuan komunikasi yang jarang dimiliki oleh banyak orang. Namun tidak semua kemampuan yang dimilikinya mampu memberikan kesan baik pada orang lain. Bahkan, banyak masyarakat dan anggota senator tidak menyukainya karena kemampuan yang dimilikinya. Walaupun demikian, Nick Naylor tetap menjalankan profesinya sebagai wakil presiden pada Akademi Studi Tembakau serta menjadi juru bicara ditempat Nick Naylor bekerja dengan cara profesional. Semakin berkembangnya jaman, Akademi Studi Tembakau mengalami sebuah krisis terus menerus. Hal ini membuat Nick Naylor harus mampu memperbaiki citra serta mempertahankan citra dari perusahaan tempat dirinya bekerja. Dalam film *Thank You for Smoking*, Nick Naylor selaku juru bicara pada Akademi Studi Tembakau mengeluarkan strategi-strategi yang dilakukan oleh *Public Relations* untuk mempersuasi khalayak publik guna memiliki kepentingan yang sama serta dapat diterima oleh masyarakat (Prasetyoningrum, 2012).

Film *Thank You for Smoking* begitu menarik ketika merepresentasikan bagaimana menjadi seorang *Public Relations* yang profesional guna mendapatkan pemahaman dan kepentingan yang sama terhadap publik. Nick Naylor sebenarnya orang biasa yang memiliki kemampuan memainkan seni kata dalam berargumentasi terhadap lawannya, dengan tujuan mengubah persepsi masyarakat untuk sepemikiran dengan yang dirinya katakan. Namun Nick melupakan akan kehidupannya, dimana para masyarakat dan organisasi-organisasi yang tidak menyukainya bisa saja melukai dirinya serta anaknya Joey Naylor. Sehingga peran yang dimainkan oleh Aaron Eckhart sebagai Nick Naylor seorang *Public Relations* yang profesional mampu menciptakan strategi-strategi untuk mengubah serta mempersuasi publik guna mempertahankan citra akan perusahaan dimana tempat dirinya bekerja. Terdapat beberapa scene mengenai strategi *Public Relations* yang jarang diperhatikan oleh penontonnya, khususnya memainkan kata dalam berargumentasi dengan lawannya.

Hasil penelitian Munazir dan Yuliati (2019) yang melakukan penelitian dengan judul *Public Relations Activities of State Universities Based on The Excellence Theory*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa prinsip *excellence theory* sudah mulai diadopsi oleh para praktisi PR. Strategi komunikasi dua arah yang simetris juga telah ditemukan meskipun masih lebih fokus pada publik eksternal. Temuan lain menunjukkan bahwa kegiatan PR telah dimasukkan sebagai bagian dari kegiatan manajemen dan dominan koalisi di perguruan tinggi negeri. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Arkiang (2018) yang menganalisis Peran *Public Relations* Dalam Film Hancock pendekatan semiotika menemukan bahwa pada level realitas terlihat dalam bentuk perilaku dan penampilan yang meliputi penasihat ahli yang memberikan masukan, pemecah permasalahan ketika dalam krisis, media relations, penyedia juga penyalur hubungan dengan media, teknisi komunikasi, penenang publik, dan informan perkembangan kasus yang menunjukkan bahwa adanya peran public relations dan Penampilan Ray Embrey, cenderung stabil ketika bertemu dengan publik dan Hancock sebagai manajemen, yaitu dengan menggunakan stelena formal berupa kemeja, jas, dasi, celana panjang bahan, dan sepatu pantofel. Pada level representasi dalam bentuk kode kamera dan kode dialog yang meliputi, Framing with Background, Group Shot, Walking Shot, Two Shot, Three Shot, Eye Level, dan, Point of View Shot dan dialog yang di gunakan oleh Ray Embrey dalam film ini juga sangat menunjukkan peran public realtions yang menunjukkan bahwa ia merupakan seorang expert communicator dan penasihat ahli dengan melakukan komunikasi persuasif. Pada level ideologi terlihat adanya Ideologi

yang muncul dalam film Hancock terdapat diskriminasi Ras antara kulit putih dengan Ras kulit hitam dan berdasarkan kode etik Public Relations Internasional point ke delapan.

Melalui dua penelitian tersebut, penulis dibantu dalam menganalisis Representasi Excellence In Public Relation Dalam Film “Thank You For Smoking” Dilihat Dari Pendekatan Semiotika Roland Barthes. Alasan peneliti memilih Film “Thank You For Smoking” sebagai objek penelitian yaitu Film *Thank You for Smoking* merupakan salah satu film yang mampu merepresentasikan bagaimana menjadi seorang *Public Relations* profesional memiliki kemampuan memainkan seni kata dalam berargumentasi terhadap lawannya, dengan tujuan mengubah persepsi masyarakat untuk sepemikiran dengan yang dirinya katakan. Berdasarkan latar belakang serta beberapa penelitian sebelumnya maka rumusan masalah yang ingin dikaji pada penelitian ini yaitu Bagaimana representasi *Excellence In Public Relation* dalam Film “Thank You For Smoking” dilihat dari pendekatan Semiotika Roland Barthes?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi *Excellence In Public Relation* dalam Film “Thank You For Smoking” dilihat dari pendekatan Semiotika Roland Barthes.

Grunig (Rumimpunu, 2017) mengatakan bahwa *Excellence in Public Relations theory* merupakan sebuah teori yang menjelaskan tentang nilai *public relations* untuk organisasi dan masyarakat sekitar salah satunya berdasarkan kualitas relasi dengan publiknya. Teori ini berkaitan dengan kegiatan kehumasan yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi. *Excellence in Public Relations Theory* merupakan salah satu teori yang telah menguraikan beberapa topik penting seperti globalisasi praktik hubungan masyarakat, pembangunan hubungan secara strategis manajemen, etika hubungan masyarakat, dan hubungan masyarakat dan perubahan (termasuk teknologi, feminisasi, globalisasi, perampingan, merger, dan akuisisi) (Hung-Baesecke, 2021).

Grunig (Kriyanto, 2020) menjelaskan *Excellence in Public Relations theory* merupakan pengembangan teori situational of the public dan 4 model public relations. Adapun 4 model public relations antara lain yaitu model *agency pers*, model *public information*, model *two way asymmetric*, model *two way symmetric*.

Adapun deskripsi dan penjelasan dari masing-masing model public relations adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Empat Model Komunikasi Public Relations

Karakteristik	Press	Public	Two Way	Two Way
---------------	-------	--------	---------	---------

	Agentry	Informations	Asymetric	Symetric
Tujuan	Propaganda, untuk menarik perhatian media	Penyebaran informasi	Persuasi yang sistematis	<i>Mutual understanding</i> melalui dialog
Arah komunikasi	Satu arah, bukan hal yang pokok	Satu arah, menyampaikan kebenaran	Dua arah, namun komunikasi masih didominasi organisasi	Dua arah, bersifat <i>balanced effect</i>
Model komunikasi	Sumber - Penerima	Sumber - Penerima	Sumber - Penerima (<i>feedback</i>)	<i>Person - Person</i>
Penelitian	Hanya bertujuan masuk liputan media	<i>Readability</i> , dan <i>Readership survey</i>	Berisi umpan balik, evaluasi sikap publik	Evaluasi mengenai pemahaman bersama

Grunig (Kriyanto, 2020) menjelaskan bahwa terdapat empat model pada public relation, yaitu model *agency pers*, model *public information*, model *two way asymmetric* dan model *two way symmetric*.

1) Model *Agency Pers*

Seorang *public relations* melakukan propaganda dengan cara komunikasi satu arah guna memberikan pemberitaan yang bermanfaat bagi organisasi, khususnya dalam melawan media massa. Namun terkadang pemberitaan dalam memberikan informasi secara tidak jujur guna memanipulasi hal negatif atas organisasinya.

2) Model Informasi Publik

Seorang *public relation* berubah menjadi seorang wartawan dalam rangka guna menyebarkan informasi kepada publik secara luas dan mengontrol informasi-informasi terhadap media massa. Dalam model ini terdapat sebuah nilai kejujuran, namun masih dengan cara komunikasi satu arah. *Public relations* melakukan penyebaran dengan menggunakan brosur, koran, dan surat langsung.

3) Model Asimetris Dua Arah

Dalam praktiknya seorang *public relation* melakukan penyampaian pesannya dari riset dan strategi ilmiahnya guna mampu mempersuasi publik untuk mau melakukan kerjasama, berpikir, dan bersikap yang signifikan dengan harapan yang dimiliki organisasi. Praktik komunikasi dilakukan dengan cara komunikasi secara langsung dan dua arah, namun tetap belum seimbang.

4) Model Simetris Dua Arah

Seorang *public relation* dalam melakukan kegiatannya didasarkan pada penelitian, menggunakan cara komunikasi guna mengelola suatu kasus dan memperbaiki sebuah persepsi publik dengan secara *strategic*. Model komunikasi ini merupakan komunikasi satu arah, dengan artian komunikasi yang sedang berjalan secara satu arah dari sebuah instansi melalui saluran media yang sudah dipilih langsung untuk menuju target publiknya. Model simetris dua arah merupakan salah satu model *public relation* yang mampu memfasilitasi keunggulan dalam komunikasi dan meningkatkan efektivitas praktik hubungan masyarakat (Cacciatore & Meng, 2022).

Dalam hal ini, model-model praktik yang dijelaskan oleh Grunig diatas, maka seorang *public relation* diharuskan untuk mampu dalam membimbing dan menciptakan hubungan baik dengan khalayak media. Media memiliki kekuatan yang besar untuk mempengaruhi dan mempersuasi masyarakat, namun tujuan dari hubungan ini yaitu tidak hanya untuk memberikan informasi - informasi saja, tetapi juga guna menimbulkan citra positif bagi sebuah perusahaan atau organisasi yang berhubungan.

Barthes mengatakan bahwa semiotika merupakan ilmu untuk menganalisa serta mengkaji adanya sebuah tanda. Tanda yang dimaksud merupakan alat yang digunakan dalam upaya usaha mencari solusi di kehidupan. Semiotika pada dasarnya mempelajari tentang bagaimana *humanity* serta memaknai hal-hal yang ada. Ketika memaknai hal-hal yang ada, dapat dikombinasikan dengan cara berkomunikasi. Dalam memaknai tanda-tanda dengan berkomunikasi, namun juga mengkonstitusi sistem yang terstruktur dari tanda yang ada (Sobur, 2010).

Tabel 2. Peta Tanda Roland Barthes (Paul C. & Litza J. dalam Sobur, 2010)

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	

4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

2. METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2016). Data Primer merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian (Sugiyono, 2016). Data primer dari penelitian adalah film *“Thank You For Smoking”* yang berdurasi 92 menit dan diperoleh dari Youtube. Sedangkan data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) atau sumber sekunder. Sumber data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari jurnal penelitian, artikel, buku, skripsi, dan berbagai sumber dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan teknik dokumentasi dan observasi. Teknik dokumentasi merupakan teknik penelitian dimana peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan berkaitan ini. Kemudian teknik observasi pada penelitian ini digunakan peneliti melalui pengamatan secara langsung dengan cara menonton dan menelaah secara detail *scene-scene* yang merepresentasikan stratifikasi sosial dalam Film *“Thank You For Smoking”*. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes (2017) dengan tujuan untuk mengetahui representasi stratifikasi sosial dalam film *Thank You For Smoking*. Adapun cara yang digunakan yaitu dengan mengurai data dengan menganalisis simbol yang menjadi tanda dalam film *Thank You For Smoking*. Berikut adalah peta tanda pola tiga dimensi dari Roland Barthes.

Tabel 3. Peta Tanda Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
3. <i>Denotative sign</i> (tanda denotatif)	
4. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i> (PENANDA KONOTATIF)	5. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i> (PETANDA KONOTATIF)
6. <i>CONNOTATIVE SIGN</i> (TANDA KONOTATIF)	

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya (Sobur, 2010). Dengan adanya peta tanda tersebut dapat memudahkan peneliti dalam menganalisis representasi stratifikasi sosial dalam film *Thank You For Smoking* dengan mengetahui makna denotatif dan makna konotatif yang ada di dalam film tersebut. Setelah data terkumpul kemudian peneliti melakukan uji validitas data. Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber merupakan salah satu uji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sedangkan triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda (Sugiyono, 2016).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Representasi *Excellence in Public Relation* Dalam Film “*Thank You For Smoking*” menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. *Thank You for Smoking* merupakan salah satu film ber-genre drama komedi yang disutradarai oleh Jason Reitman. Film ini dirilis pada tahun 2005 dengan durasi 92 menit.

Film ini bercerita mengenai Nick Naylor yang menjabat sebagai wakil direktur akademi kajian tembakau sekaligus berperan sebagai seorang praktisi PR (*Public Relations*). Nick Naylor juga merupakan seorang pelobi utama pada industri tembakau di Washington DC dan menjadi juru bicara organisasinya serta bertanggung jawab dalam mempertahankan industrinya dari kebangkrutan dengan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat bahwa rokok bukanlah merupakan hal yang buruk.

Sebenarnya didalam Film ini, Nick sadar dan mengatakan dirinya sendiri bahwa dirinya mencari nafkah dengan melindungi perusahaan yang telah membunuh sekitar 1.200 orang. Dalam hal ini, Nick Naylor sebagai pribadi yang cerdas, pandai dalam hal berargumentasi dan mempersuasi lawan bicarannya. Sosok Nick Naylor dalam film tersebut juga sangat bijaksana, berwibawa dan memiliki sifat tanggung jawab tinggi terhadap tugas yang telah diembannya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan menonton film tersebut, diketahui bahwa Representasi *Excellence in Public Relation* Dalam Film “Thank You For Smoking” dilihat dari Pendekatan Semiotika Roland Barthes, adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Representasi Excellence in Public Relation film Thank You For Smoking

Visual	Dialog
 (00:08:02” – 00:08:14”)	Nick : “Bagaimana dengan pelobi?” Anak-anak : “Apa itu?” Nick : “Itu pekerjaanku, aku bicara untuk mencari nafkah” Anak-anak : “Apa maksudmu?” Nick : “Aku bicara atas nama rokok”
 (00:08:17” – 00:08:29”)	Anak-anak : “Ibuku merokok, dia bilang rokok membunuh” Nick : “Benarkah? Ibumu sekarang seorang dokter?” Anak-anak : “Tidak...” Nick : “Seorang peneliti ilmiah?” Anak-anak : “Bukan...” Nick : “Kedengarannya dia tidak persis seperti ahli yang dapat dipercaya sekarang, tidak?” Anak-anak : “...”

	Nick : “Tidak apa, jangan merasa buruk. Tak apa untuk mendengarkan ibumu. Maksudku, ada baiknya untuk mendengarkan orangtuamu”
Penanda	Petanda
Scene 1 Scene 1 pada adegan diatas menunjukan bahwa teknik pengambilan gambar yang digunakan yaitu <i>over shoulder</i> karena dalam frame tersebut bagian tubuh dari Nick Naylor hanya ditampilkan dari bagian punggung belakang hingga kepala. Scene 2: Terlihat bahwa terdapat anak perempuan yang memberikan pernyataan kepada Nick. Adapun teknik pengambilan gambar yang digunakan yaitu teknik <i>over shoulder</i> namun lebih terfokus kepada anak perempuan tersebut.	Scene 1 Makna pengambilan gambar secara <i>over shoulder</i>, menjelaskan adanya dua subjek dalam satu frame. Sehingga penonton memahami dengan jelas, seperti halnya adegan Nick Naylor sedang berdialog dengan anak-anak di sekolah dalam shot tersebut. Scene 2: Efek pengambilan gambar secara <i>over shoulder</i>, pada gambar yang ditampilkan menjelaskan adanya sebuah percakapan antara dua belah pihak yaitu anak perempuan dengan Nick. Pengambilan gambar dengan <i>over shoulder shot</i> dilakukan dari balik bahu salah satu objeknya yaitu Nick Naylor.
Makna Denotasi	Makna Konotasi
Scene 1 Nick mendatangi sekolah tempat anaknya bersekolah. Dirinya memperkenalkan diri bahwa dirinya seorang juru bicara dari perusahaan rokok dan mengedukasi tentang rokok dihadapan anak-anak.	Scene 1: Nick Naylor melakukan perkenalan diri dan perusahaan rokoknya kepada anak-anak. Dengan menjelaskan awal mula pekerjaan Nick, sehingga anak-anak mampu mendapatkan gambaran tentang pekerjaan tersebut sehingga mampu

Scene 2 Mendengar apa yang disampaikan oleh anak perempuan itu, Nick terpancing untuk mempersuasi anak-anak yang berada didalam ruangan sekolah untuk sependapat dengan dirinya. Karena apa yang Nick sampaikan terlihat akan kebenarannya dan berbicara berdasarkan fakta dan mampu diterima oleh anak-anak.	dipercaya. Scene 2 Mendengar pernyataan dari anak perempuan itu terkait ibunya yang merokok dan dapat mampu membunuh orang yang merokok, Nick mendapatkan celah untuk mempersuasi anak-anak sependapat dengan dirinya. Karena Nick mampu memainkan kata, bahkan lawannya dengan anak-anak yang sangat mudah untuk dipersuasi sependapat dengan dirinya.
 (01:21:11"-01:21:48")	Nick : “Pak aku hanya tidak melihat titik temu dalam label peringatan untuk sesuatu yang sudah orang ketahui ” Dupree: “Simbol peringatan, adalah sebuah pengingat, pengingat akan bahaya merokok” Nick : “Nah, jadi kita ingin mengingatkan orang-orang dari bahaya, kenapa kita tidak menaruh tengkorak dan tulang bersilang pada semua pesawat Boeing dan semua Ford Senator Dupree” “Itu Konyol” Senator “Korban tewas dari kecelakaan pesawat dan mobil bahkan tidak sama dengan rokok,



(01:21:11"-01:21:48")

mereka bahkan tidak bisa dibandingkan”

Nick : “Yah sebenarnya, berdasarkan fakta pembunuh nomor satu di America adalah kolestrol”

“Dan ini dia Senator Finistierre, aku menyesal mengatakan ini, penyumbatan arteri utama disebabkan oleh Keju Cheddar Vermont”

“Jika kita bicara masalah angka, bagaimana dengan jutaan orang sekarat karena serangan jantung, mungkin Keju Cheddar Vermont harus dilengkapi dengan tengkorak dan tulang bersila”

Penanda	Petanda
Scene 1: Scene 1 pada adegan diatas menunjukan bahwa teknik pengambilan gambar yang digunakan yaitu <i>medium close up</i> karena dalam frame tersebut bagian tubuh dari Nick Naylor hanya ditampilkan dari kepala hingga pundak atau dada. Scene 2: Terlihat bahwa para penonton yang hadir tersenyum dan saling berbisik, adapun teknik pengambilan gambar yang digunakan yaitu teknik <i>close up</i>	Scene 1: Makna pengambilan gambar secara <i>medium close up</i>, mempertegas profil seseorang sehingga penonton memahami dengan jelas, seperti halnya adegan Nick Naylor dalam shot tersebut. Scene 2: Efek pengambilan gambar secara <i>close up</i>, pada gambar yang ditampilkan akan terkesan lebih cepat, mendominasi, memberikan penekanan untuk membantu penonton, mengetahui apa yang mereka pikirkan dan rasakan, seperti halnya pada shot tersebut bahwa

	Nick Naylor sedang beradu argumentasi dengan para ahli dengan memberikan contoh nyata melalui anaknya saat menginjak umur 18 tahun dalam memilih menggunakan rokok atau tidak.
Makna Denotasi	Makna Konotasi
Scene 1 : Nick mendatangi kesaksiannya pada sidang Senator yang membahas mengenai label peringatan berbahaya pada bungkus rokok. Dimana, Senator Finistirre mencoba berpendapat kepada Nick Naylor bahwa angka kematian kecelakaan maskapai dan mobil tidak sebanding dengan rokok. Kemudian, Nick Naylor membalik anggapan itu semua dengan memberikan pernyataan mengenai keju cheddar yang ditujukan kepada Senator Finistirre Scene 2 : Mendengar apa yang disampaikan oleh Nick, para penonton yang hadir merasa bahwa apa yang disampaikan oleh Nick ada benarnya karena dia berbicara berdasarkan fakta yang masuk akal dan mudah diterima	Scene 1: Nick Naylor melakukan kambing hitam kepada Senator Finistirre yaitu melemparkan semua kesalahan kepada pihak lawannya bahwa tidak hanya rokok yang harus dipasang simbol tengkorak namun keju cheddar Vermont yang lebih pantas dipasang simbol tersebut. Pernyataan yang disampaikan oleh Nick sebagai jawaban dari pertanyaan Senator, didasarkan pada bagaimana menyampaikan sebuah pesan dari riset berupa fakta yang terjadi, sehingga mampu mempersuasi public untuk berpikir sesuai dengan argumen yang dikeluarkannya. Nick juga menggunakan kalimat permissalan yang mudah diterima oleh public. Scene 2 : Mendengar kenyataan yang telah disampaikan oleh Nick para dengan menggunakan kalimat permissalan yang mudah diterima oleh penonton, sehingga para penonton merasa bahwa apa apa yang

	disampaikan oleh Nick ada benarnya karena dia berbicara berdasarkan fakta yang masuk akal dan mudah diterima
--	--

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa *excellence in public relation* dalam film *Thank You for Smoking*, diambil beberapa scene yang menunjukkan bahwa Nick Naylor dalam menjalankan tugasnya rata-rata menggunakan model komunikasi Two Way Simetric.

Peran Public Relations untuk perusahaan rokok dalam film ini dibantu oleh Nick Naylor sebagai juru bicaranya, dimana Nick Naylor berusaha memberikan kesan baik mengenai rokok dan mengedukasi bahwa rokok tidak sepenuhnya berbahaya untuk orang-orang yang mengkonsumsinya. Rokok umumnya menurut masyarakat berbahaya untuk kesehatan pengguna dan orang lain yang menghirup asap rokok tersebut, namun disini rokok sama halnya dengan Alkohol yang mengeluarkan *campaign responsibility* yang artinya orang yang mengkonsumsinya harus sudah cukup umur dan bisa bertanggung jawab atas dirinya sendiri.

Dalam film ini sudah menggunakan metode komunikasi dua arah, dimana Nick Naylor menjadi juru bicara sebuah perusahaan rokok yang dalam menjalankan tugasnya langsung mendapatkan feedback dari *audience*. Sebuah perusahaan rokok, tidak mungkin dirinya menjalankan empat model komunikasi dalam satu waktu menjalankan tugasnya, karena dilihat jika menjalankan empat model sekaligus tidak berjalan efektif. Maka dari itu setelah dilihat dari beberapa scene yang sudah dipilih oleh peneliti yang relevan dengan *Excellence in Public Relations*, ditemukan yang paling relevan yaitu *Two Way Simetric*. Merupakan salah satu model *public relations*, dimana seorang *public relation* dalam melakukan kegiatannya didasarkan pada penelitian, menggunakan cara komunikasi dua arah guna mengelola suatu kasus dan memperbaiki sebuah persepsi publik dengan secara *strategic*. Model *Two Way Simetric* dalam film “Thank You For Smoking” di tunjukkan pada adegan ketika Nick Naylor memberikan sosialisasi kepada anak-anak di sekolah terkait pekerjaannya dan rokok, serta kesaksiannya di sidang Senat mengenai pemberian label pada bungkus rokok bersimbolkan tengkorak dan tulang bersilang bertuliskan “*poison*” atau racun. Seperti *campaign responsibility* dimana Nick Naylor memberikan penjelasan bahwasanya

memang rokok adalah sesuatu hal yang berbahaya dan dilarang oleh umur yang belum mencukupi, namun dengan penjelasannya audience mampu menerima dan terpengaruh akan penjelasan dari Nick Naylor bahwa rokok tidak sepenuhnya berbahaya dan mampu membantu orang-orang sekitar dari hasil perusahaan tersebut karena mempunyai regulasi khusus.

Pada adegan tersebut, Nick Naylor mampu mematahkan semua pernyataan dari pihak lawan dengan memberikan contoh nyata yang didasarkan pada hasil riset berupa fakta yang terjadi sehingga dapat menguatkan argumentasinya. Oleh karena itu, melalui pernyataan-pernyataan yang disampaikan Nick Naylor mampu mempersuasi public untuk berpikir sesuai dengan argumen yang dikeluarkannya. Nick juga menggunakan kalimat permisalan yang mudah diterima oleh publik. Romadhan (2019) menjelaskan bahwa *Two Way Simetric* lebih bertindak sebagai media antara organisasi dengan publiknya dan alur informasinya juga sudah bersifat dua arah. Model ini memberikan kesempatan bagi organisasi untuk mendengarkan kepentingan dan keprihatinan para pemangku kepentingan dan bernegosiasi untuk kepentingan kedua belah pihak melalui media atau interaksi pribadi (Tewes, 2016). Turney (2017) menggambarkan model ini dengan mengandalkan komunikasi yang terbuka dan jujur di kedua arah dan berfokus pada saling menghormati dan upaya untuk mencapai saling pengertian, menekankan negosiasi dan kemauan untuk beradaptasi dan membuat kompromi (Turney 2017).

Dilihat dari perspektif *Public Relations* yang dijalankan Nick Naylor berhadapan langsung dengan *stage holder* langsung melalui media untuk mempengaruhi dan menyampaikan pesan untuk mendapatkan pemahaman bersama seperti tujuan dari model *Two Way Symetric*. Seperti halnya yang dijelaskan dalam jurnal Studi Terhadap Nilai Public Relations Dalam Film Thank You For Smoking, bahwa strategi yang digunakan Nick perihal rokok yang sebenarnya dirinya paham rokok memanglah berbahaya, namun disini Nick mengolah kata dan menggunakan data yang *real* akurat agar masyarakat selalu menerima dan mendapatkan pemahaman bersama seperti apa yang dikatakan Nick (M. Aidil Fitra, 2021). Dalam film ini Nick Naylor berhadapan langsung dengan opini-opini masyarakat dan kebijakan tertentu dari beberapa tokoh melalui media untuk menyampaikan pesan mengenai rokok, dari hal ini bisa dilihat bahwa sangat relevan dengan model *Public Relations Two Way Symetric*.

Dari empat model *Excellence in Public Relations* yang disebutkan Grunig, yang paling relevan menurut penulis sudah dijelaskan diatas yaitu *Two Way Simetric*

dibandingkan dengan tiga model lainnya, dikarenakan ketiga model tersebut seperti *Model Agency Pers*, *Public Information*, dan *Two Way Asymetric* tidak sesuai dengan isi film. Pada film ini menggunakan teknik komunikasi dua arah, sedangkan model *Agency Pers* dan *Public Information* menggunakan komunikasi satu arah dan tujuannya yaitu untuk menarik perhatian media dan menyebarkan informasi tanpa mempersuasi audiencenya. Sedangkan model *Two Way Asymetric* sudah menggunakan komunikasi dua arah namun model ini masih didominasi oleh perusahaan dalam penyampaianya (Kriyanto 2020).

4. PENUTUP

Representasi strategi *Excellence in Public Relations* ditunjukkan melalui empat model pada public relation, yaitu model agency pers, model public information, model two way asymmetric dan model two way symetric. Dilihat dari beberapa scene yang sudah peneliti pilih melalui kriteria model komunikasi, yang paling relevan yaitu model Two Way Symetric. Nick Naylor yang berperan sebagai Public Relations dari akademi studi tembakau berhasil menggunakan strategi model Public Relations untuk membantunya dalam berinteraksi dengan lawannya untuk mempersuasi lingkungan sependapat dan sepemikiran dengan argumen yang Nick Naylor keluarkan. Pendapat yang dikeluarkan Nick Naylor memiliki tujuan merubah persepsi buruk mengenai rokok terhadap kesehatan dan anak - anak. Namun, dalam menjalankan tugasnya sebagai Public Relations yang profesional, Nick mampu menjaga etika ketika menjadi seorang Public Relations serta tidak semena-mena terhadap lawannya, seperti menjatuhkan pihak lawan, memotong pembicaraan, dan menahan untuk menjadi pendengar ketika lawan berbicara mengeluarkan pernyataan tersebut. Seterusnya, seorang Public Relations harus mampu berkomunikasi dengan baik terhadap lawan bicaranya terkhusus untuk mempersuasi serta mengubah persepsi publik.

PERSANTUNAN

Alhamdulillah terimakasih kepada Allah SWT sehingga penulisan skripsi ini diberikan kelancaran dalam proses pengerjaan. Dalam penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, disini penulis sangat berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai. Penulis sudah mendapatkan bimbingan, petunjuk, dan bantuan serta saran dari berbagai pihak baik bersifat moral maupun material. Ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu menulis dan mendoakan dalam

penulisan ini, seperti Papa dan Mama bahkan teman-teman.

DAFTAR PUSTAKA

- Arkiang, M. R. 2018. Peran Public Relations Dalam Film Hancock. *Inter Komunika, Jurnal Komunikasi*. Vol. 3, No. 2. Hal:145-152
- Asep, M. Romli. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung. : Nuansa Cendikia.
- Fitra, M. Aidil. 2021. Studi Terhadap Nilai Public Relations Dalam Film Thank You For Smoking.
- Barthes, R. 2017. *Elemen-Elemen Semiologi*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Basa Basi.
- Barthes, Roland. 2017. Elemen-Elemen Semiologi, terj. M. Ardiansyah. Yogyakarta: BASABASI.
- Cacciatore, A. M. & J Meng, J. 2022. Measuring the Value of Public Relations: An International Investigation of how Communication Practitioners View the Challenge and Suggest Solutions. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, Vol. 8, Issue 2, Pages:107-130
- Ghozali dan Chariri. 2007. Teori Akuntansi. Badan Penerbit Undip: Semarang.
- Hermawati. 2017. Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Madrasah Di Madrasah Tsanawiyah Negeri Lubuk Pakam Kab. Deli Serdang. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Hung-Baesecke, C. F. 2021. The Excellence theory – Origins, contribution and critique. *Valentini Public relations*, Vol. 2, Issue. 3, Page: 313-334
- Idris, I. K. 2019. Government social media in Indonesia: Just another information dissemination tool. *Malaysian Journal of Communication*. 34(4), 337-356.
- James E Grunig. 2002. *Implications of The IABC Excellence Study for PR Education*.
- Kriyantono, R. 2020. Public Relations or Humas: How Do the Public and Practitioners Perceive It?. *Malaysian Journal of Communication*, 2 (1), 115-129
- Liliweri, A. 2011. Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya. Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- McKenna, B. 2017. Crisis response vs crisis cluster: a test of situational crisis communication theory on two crisis clusters in Indonesian public relations. *Jurnal Komunikasi; Malaysian Journal of Communication*, 35 (1), 222-231

- Mohammad Insan Romadhan, Afifatur Rohimah, Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana. 2019. Implementasi Model *Public Relations* Dalam Mensosialisasikan Budaya Lokal Kepada Generasi Millennial Di Sumenep. Metakom. Jurnal Kajian Komunikasi. Vol. 3 No. 2.
- Munazir, A. & Yuliati, N. 2019. Representasi Karakter Peran Public Relations Officer dalam Film *The Publicist*. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, Vol. 5, No. 2, Hal:804-811
- Newsom, D., Turk, J.V., & Kruckeberg, D. 2004. *This is PR: The Realities of Public Relations*. Belmont, CA: Thomson/Wadsworth.
- Nurnisya, F. 2021. Police's Public Relations to Enhance Mutual Understanding in Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 6, No. 1, Hal: 136-149
- Pakaradena, A. 2018. Proses Public Relations Dalam Program Layar Tancap Untuk Semua Oleh SCTV. *ProTVF*, Vol. 2, No. 2, , Hal. 127-143
- Pareno, A. S. 2002. Kuliah Komunikasi Pengantar dan Praktek. Surabaya: PPYRUS.
- Rafi, M. 2019. Fungsi Public Relations Dalam Mengkomunikasikan Media Online Medcom.Id. *Jurnal Visi Komunikasi*. Vol. 18, No.02, Hal:113-126
- Rumimpunu, W. 2017. Outcomes of Relationship Sekolah Ciputra Surabaya dengan Orang Tua Murid. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol 5. No.1, Hal:1-9
- Ruslan, R. 2003. Metode Penelitian *Public Relations* dan Komunikasi, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rusmana, D. 2014. Filsafat Semiotika: Paradigma, Teori, dan Metode Interpretasi Tanda dari Semiotika Struktural Hingga Dekonstruksi Praktis. Bandung: Pustaka Setia.
- Sobur, A. 2010. *Semiotika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tanyıldızı, N. & Ataykaya, M. 2019. The Perception of Public Relation Profession in The Society: Example of Elazığ City. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, Vol. 11, Issue. 18, Page:1847-1857