

Representasi Profesional *Public Relations* pada Tokoh Bae Ta Mi dalam Drama Korea Search: WWW

Riza Helmi Putri¹, Siti Nur Rosyidah², Ulfa Dwi Damayanti³, Mila Sari⁴

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: ryzaputry@gmail.com

Abstract: *This study focuses on Professional Public Relations Representation of the Character Bae Ta Mi in the Korean Drama Search: WWW. With the aim of this research is to find out the professional representation of Public Relations in the character Bae Ta Mi in the Korean drama Search: WWW by utilizing the point of view of John Fiske's semiotic study. The result of this research is that the character Bae Ta Mi fulfills the Public Relations professional requirements from the three levels of John Fiske's semiotic study. Both from the level of reality, representation and ideology, Bae Ta Mi's character can represent a Public Relations professional. In the drama which depicts the progress of communication technology which discusses the competition between two web portal companies, Bae Ta Mi as a Public Relations who works there is described as having integrity and quality.*

Keywords: *Representation; semiotics; professional Public Relations; professional ethics; Search: WWW*

Abstrak: Penelitian ini berfokus pada Representasi Profesional *Public Relations* Pada Tokoh Bae Ta Mi Dalam Drama Korea Search: WWW. Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui representasi profesional *Public Relations* pada tokoh Bae Ta Mi dalam drama Korea Search:WWW dengan memanfaatkan sudut pandang kajian semiotika John Fiske. Hasil penelitian ini tokoh Bae Ta Mi memenuhi syarat profesional *Public Relations* dari ketiga level kajian semiotika John Fiske. Baik dari level realitas, representasi dan ideology. Tokoh Bae Ta Mi dapat merepresentasikan seorang profesional *Public Relations*. Dalam drama yang menggambarkan tentang kemajuan teknologi komunikasi di mana membahas tentang persaingan dua perusahaan portal web, Bae Ta Mi sebagai *Public Relations* yang bekerja di sana digambarkan berintegritas dan berkualitas.

Kata kunci: Representasi; semiotika; profesional *Public Relations*, etika profesi; Search: WWW

Pendahuluan

Drama Korea termasuk dalam bagian Hallyu atau *Korean Wave*, istilah tersebut sendiri ialah penyebutan yang diberikan untuk budaya pop Korea Selatan yang tersebar secara global di berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia (Shim, 2006). Kehadiran K-Drama tersebut pun dapat membawa pengaruh tersendiri di pasar Indonesia, sebagai contoh dengan menjadikan drama seri Korea Selatan sebagai acuan pembuatan sinetron. Selain itu juga menimbulkan kegemaran budaya populer lainnya, seperti adanya K-Pop, gaya berpakaian khas artis-artis Korea Selatan, *make up*, bahkan hingga munculnya tempat makan Korea

Selatan, tempat kursus bahasa, bahkan toko yang menjual pernak-pernik Korea Selatan (I. P. Putri et al., 2019).

Film sebagai salah satu bagian dari komunikasi massa, memiliki fungsi kritik dan kontrol sosial. Apa yang digambarkan dalam film itu diambil dari realitas yang terjadi dalam masyarakat. Drama Korea yang akhir-akhir ini digandrungi karena mengangkat berbagai sisi kehidupan. Bukan hanya soal percintaan, segala macam *genre* telah diangkat (Yusva et al., 2022). Drama Korea ini juga menjadi kiblat *fashion* bagi para pencintanya, karena menampilkan pakaian dan aksesoris yang *update* bagi kalangan remaja. Karena itu drama negara ini menjadi sangat digandrungi .

Public Relations-pun tidak luput dari tema yang diangkat oleh drama Korea. Salah satunya adalah drama Korea Search: WWW. Merupakan drama tentang konflik, pertempuran, dan kemenangan serta kekalahan dalam kehidupan kerja. Ini adalah drama fantasi tentang kisah sukses para wanita abad 21 yang memutuskan untuk tidak menjadi istri atau ibu, dan hanya fokus untuk bekerja keras tanpa diskriminasi dan rintangan. Bonham mendefinisikan *Public Relations* sebagai seni untuk menciptakan pengertian *public* secara lebih baik, sehingga kepercayaan seseorang atau organisasi dapat di perdalam. Seni yang dimaksud dalam pengertian tersebut adalah seni yang berhubungan dengan komunikasi, di mana seorang *Public Relations* harus mampu menampilkan seni berkomunikasi yang baik sehingga akan memberikan keuntungan pada nama baik seseorang atau organisasi. Seni dalam berkomunikasi memiliki prinsip dasar yaitu untuk dapat menarik minat *public* dan memperdalam kepercayaan *public* terhadap segala hal yang berkaitan dengan seseorang atau organisasi (Arkian et al., 2018).

Istilah representasi menurut Barker berkaitan dengan bagaimana makna tekstual dibentuk karena keduanya dibentuk, ditampilkan, dan digunakan serta dipahami masyarakat dalam konteks sosial tertentu dalam sebuah kebudayaan. Representasi juga digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang ada seperti dialog, tulisan, film, foto dan lain-lain (Barker, 2012). Representasi adalah sesuatu yang merujuk pada proses yang dengan hal ini realitas disampaikan dalam komunikasi, baik melalui kata-kata, bunyi, citra atau kombinasinya (Fiske, 2004). Penelitian ini menggunakan teori semiotika dari John Fiske. John Fiske mengartikan semiotika sebagai ilmu tentang pertanda dan bagaimana membangun makna dalam sebuah “teks” media. Menurut Fiske, semiotika memiliki tiga wilayah kajian yakni tanda itu sendiri, kode-kode atau sistem di mana tanda-tanda diorganisasi dan budaya tempat di mana kode-kode atau tanda-tanda beroperasi (Vera, 2014).

Dalam menampilkan objek, peristiwa gagasan, kelompok atau seseorang paling tidak ada tiga proses yang harus dilalui. Level pertama, ialah peristiwa *encode* atau peristiwa yang ditandakan sebagai realitas, bagaimana suatu hal itu dikonstruksikan media sebagai realitas sosial. Level kedua, ketika kita memandang sesuatu sebagai realitas, muncul pertanyaan bagaimana realitas itu digambarkan. Dalam hal ini teknik yang dapat digunakan adalah kata-kata, kalimat, atau proposisi dan sebagainya. Pemakaian kata-kata, kalimat misalnya membawa makna tertentu ketika diterima oleh khalayak. Level ketiga, bagaimana hal-hal tersebut diorganisir ke dalam konveksi-konveksi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode-kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial, seperti kelas sosial atau kepercayaan dominan dalam masyarakat (Eriyanto, 2001).

Drama ini dilatar belakangi dengan tokoh Bae Ta Mi yang digambarkan berintegritas dan cakap dalam dunia *Public Relations*. Drama yang lekat dengan profesional *Public Relations* ini menjadi konteks penelitian. Peneliti ingin melihat “Representasi Profesional *Public Relations* Pada Tokoh Bae Ta Mi dalam Drama Search: WWW”. Penelitian tentang Representasi karakter peran *Public Relations* dan representasi profesi *Public Relations* pada drama Korea Search: WWW pernah dilakukan oleh Aji Munazir dan Nova Yulianti dengan judul Representasi Karakter Peran Public Relations Officer dalam Film The Publicist. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui dan memberitahukan bagaimana sebuah tanda, simbol dan ideologi disampaikan dalam sebuah adegan di film The Publicist (Munazir et al., 2019). Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Ashry Ayu Permatasari dan M. Husen Fahmi dengan judul Representasi Profesi Public Relations Pada Serial Tv Search: WWW, tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana gambaran atau tanda yang digambarkan oleh seorang sutradara atau tanda yang digambarkan oleh seorang sutradara ataupun penulis untuk menampilkan karakter yang kuat dari seorang Ta Mi sebagai seorang praktisi *Public Relations* lewat pendekatan John Fiske. Dari kedua penelitian terdahulu tersebut, kami mengangkat sisi profesional *Public Relations* yang direpresentasikan oleh tokoh utama yakni Bae Ta Mi pada drama Korea Search: WWW. Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui representasi profesional Public Relations pada tokoh Bae Ta Mi dalam drama Korea Search:WWW dengan memanfaatkan sudut pandang kajian semiotika John Fiske.

Metode

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian kualitatif digunakan untuk memahami realitas dan fenomena secara terperinci dan mendalam sehingga dapat menjawab permasalahan sosial (Tikka, 2018). Metode kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalam nya melalui pengumpulan data sedalam-dalam nya (Kriyantono, 2014). Deskriptif kualitatif adalah suatu metode yang bergerak pada pendekatan kualitatif sederhana dengan alur induktif. Alur induktif ini dimaksudkan sebagai penelitian diawali dengan proses atau peristiwa penjas yang akhirnya dapat ditarik suatu generalisasi yang merupakan sebuah kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut (Nurmalasari & Erdiantoro, 2020).

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang digunakan. Selain *scene* dan dialog dari tokoh Bae Ta Mi dalam drama Korea Search: WWW, data juga didapat dari dokumen penunjang seperti artikel, jurnal, pemberitaan, dan penelitian yang memiliki tema serupa. Dengan melakukan observasi, peneliti melakukan pengamatan secara seksama dengan cara mengamati setiap adegan, dialog dalam drama Korea Search: WWW pada episode 1-2, terlebih pada dialog yang merepresentasikan profesional *Public Relations*. Didasarkan pada ciri-ciri profesional *Public Relations* secara umum yakni memiliki *skill* dan kemampuan; memiliki kode etik; memiliki tanggung jawab profesi; memiliki jiwa pengabdian kepada public; memiliki kemampuan untuk mengelola (manajemen) organisasi humas; menjadi anggota salah satu organisasi profesi dan menjaga kehormatan (Zuhri, 2016).

Analisis data penelitian film ini memanfaatkan sudut pandang kajian Semiotika Fiske. Fiske mengungkapkan program siaran televisi penuh dengan makna potensial, (namun) ia mencoba untuk mengendalikan dan memfokuskan makna ini ke dalam bentuk yang lebih tunggal. Makna yang disukai oleh ideologi dominan. Ia membagi kode-kode yang muncul atau yang direpresentasikan (diwakili) ke dalam tiga tahap, yaitu pertama level realitas, level representasi, dan level ideologi (Ridwan & Adji, 2019).

Tabel 1: Tahap Representasi John Fiske

Level pertama Realitas	Level kedua Representasi	Level ketiga Ideologi
Dalam televisi seperti <i>make up</i> , ucapan. Dalam bahasa tulis seperti dokumen, wawancara, transkrip.	Unsur-unsur pada level pertama ditandakan secara teknis. Dalam bahasa tulis seperti kata, kalimat, proposisi, foto dan sebagainya. Unsur itu dihubungkan ke dalam kode representasional yang memasukan diantaranya bagaimana objek digambarkan: karakter, narasi, setting, dialog dan sebagainya	Semua unsur diorganisasikan dalam kode-kode ideologi seperti individualism, liberalism, sosialisme, patriarki ras, kelas, materialism, kapitalisme, dan sebagainya.

Sumber : (Eriyanto, 2001)

Dalam penelitian ini kajian yang dilakukan adalah 1) menganalisis level realitas dari profesional *Public Relations* tokoh Bae Ta Mi drama Korea *Search: WWW*; 2) Menganalisis level representasi profesional *Public Relations* pada tokoh Bae Ta MI dalam drama Korea *Search: WWW*; 3) Menganalisis level ideologi dengan menganalisis ideologi tokoh Bae Ta Mi dalam penanganan masalah pelanggaran etik profesi *Public Relations*.

Hasil dan Pembahasan

Drama Korea ini berjudul : *Search: WWW / 검색어를 입력하세요: WWW*; Judul lain: *Type ini Search Word: WWW*; Drama ini mengusung genre: Romantis, Drama, Fantasi; Negara asal : Korea Selatan; Disutradarai: Jung Ji Hyun; Diproduseri: Yoon Ha Rim; penulis Naskah: Kwon Eun Sol; Rumah Produksi: Hwa&Dam Pictures; Channel TV: tvN; Dengan jumlah Episode: 16; Masa tayang pada: 5 Juni 2019 – 25 Juli 2019; Dengan jadwal tayang: Rabu dan Kamis, jam 21:30 KST atau 19:30 WIB (*Search: WWW*, 2022). Tokoh utama drama ini ialah Bae Ta Mi yang diperankan oleh Lim Soo-Jung bekerja sebagai direktur untuk perusahaan portal web besar yang bernama Unicon. Dia berusia 30-an dan cukup kompetitif. Dengan daya saingnya, Bae Ta Mi menikmati kesuksesan. Metode yang dia gunakan untuk menang membuatnya bertanya-tanya apakah dia melakukan hal yang benar dalam hidupnya. Sudahkah dia mengorbankan terlalu banyak kehidupan pribadinya untuk sukses? Disisi lain ada Park Mo-Gun (Chang Ki-Yong) adalah seorang pria berusia 20-an dan komposer berbakat. Dia menciptakan musik untuk permainan video. Park Mo-Gun bertemu Bae Ta Mi di arcade. Dia jatuh cinta padanya karena semangat kompetitifnya. Konflik dalam drama ini menunjukkan bagaimana Bae Ta Mi disalahkan oleh perusahaan karena sudah melanggar etika *Public Relations*, norma yang sudah dilanggar merusak reputasi perusahaan karena sudah

menjatuhkan para elit politik, karena tuduhannya itu dirinya kemudian memutuskan untuk mundur dari perusahaan lamanya karena merasa diperlakukan secara tidak adil. Namun, Bae Ta Mi tidak tinggal diam. Ia berusaha mengungkapkan apa yang sebenarnya terjadi dan memperbaiki nama baiknya sendiri. Dalam proses pengungkapan kebenaran dan pemulihan citra dirinya, banyak sekali aktivitas serta unsur-unsur hubungan masyarakat atau *Public Relations* yang terjadi dalam drama ini.

Elemen *Public Relations* dalam Drama Korea Search: WWW

Praktik *media relations*, pada episode pertama drama ini menggambarkan betapa dahsyatnya kekuatan media yang mampu menyebarkan berita dalam hitungan detik saja. Terdapat adegan dua kandidat presiden Korea Selatan disiarkan langsung di televisi, terjadi kontroversi di sana karena masing-masing kandidat tersebut mengungkapkan aib lawan masing-masing untuk saling menjatuhkan. Media langsung mempublikasikan peristiwa tersebut sehingga reputasi calon presiden menjadi taruhannya di sini. Menjalin hubungan baik dengan para jurnalis dapat menghindari peristiwa seperti ini. Cara seperti ini tidak bisa sepenuhnya menjamin nama baik instansi dan perusahaan, namun mungkin dapat membuat para wartawan hanya menulis hal-hal baik dari *brand* yang dikelola *Public Relations*. Menjaga reputasi, dalam drama ini diceritakan Brian sebagai CEO dari Barro, yakni perusahaan yang Bae Ta Mi masuki setelah ditendang dari Unicon, ia terkena skandal yang cukup besar. Ia memutuskan diri untuk cedera dari Barro setelah skandal tersebut menimpanya. Meskipun Bae Ta Mi dan yang lain mencegah untuk mengundurkan diri namun ia bersikukuh dengan alasan tidak mau merusak reputasi perusahaan. Dalam dunia *Public Relations* hal seperti ini disebut manajemen reputasi. Tokoh Brian memilih untuk resign dari Barro, agar *image* buruk yang sudah terlanjur melekat dalam dirinya tidak ikut melekat pada Barro. Nama baik Barro tetap bertahan dan masih dipercaya masyarakat dari keputusannya tersebut. *Public Relations* merupakan representasi perusahaan, seperti karakter Bae Ta Mi yang digambarkan sangat berintegritas, ia dituntut harus menyampaikan segala informasi dari perusahaan dengan jelas, tetap dapat berpikir terang saat terjadi krisis dan tetap memomorsatukan kenyamanan pengguna yang mampu portal berita yang ia kelola (Najwa, 2022).

Analisis Level Realitas

Pada level ini terdapat tiga kode, yaitu penampilan (*appearance*), perilaku (*behavior*), dan dialog (*speech*) (Arkian et al., 2018). Penampilan merupakan adalah representasi dari diri seseorang yang menjadi atribut individu di mana penampilan ini mengandung makna tertentu. Disegani banyak pihak baik internal maupun eksternal dan citra diri yang baik serta *maintain good communication* tergambar dalam drama ini. Dalam segi perilaku Bae Ta Mi digambarkan sebagai sosok yang berintegritas yang konseptor serta handal. Pembentukan realitas yang digambarkan pada drama ini bagaimana seorang *Public Relations* harus menyampaikan dengan jelas dan tanpa ragu-ragu mengenai portal web harus sangat progresif dan kreatif dan tetap menjaga nyaman pengguna. Dalam dialognya sendiri digambarkan mengenai aktivitas *Public Relations*. Drama ini sangat konsisten dan juga penataan secara lebih jelas, ketepatan dalam teknik yang diambil sesuai dengan realitas yang ada (Permatasari

& Fahmi, 2020). Untuk lebih mendalami analisis level realitas, penandaan level realitas menurut John Fiske yakni realitas tampilan pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, *gesture* dan ekspresi yang dijadikan dasar dalam analisis semiotika representasi profesional *Public Relations* tokoh Bae Ta Mi dalam drama Korea Search:WWW. Berikut hasil analisis level realitas:

Gambar 1. Tampilan Pakaian Tokoh Bae Ta Mi



Sumber: Hasil penelitian

Seorang *Public Relations* harus mampu menjaga penampilan yang baik. Pada potongan *scene* di atas, profesional *Public Relations* oleh tokoh Bae Ta Mi direalisasikan dengan baik melalui cara berpakaian yang formal dan menunjukkan integritas sebagai seorang profesional. Tokoh Bae Ta Mi yang ditunjuk sebagai utusan perusahaan dalam sidang ulang tersebut, selain mempersiapkan bagian lainnya penampilan tidak ditinggalkan untuk mendapatkan kesan profesional dari khalayak yang akan dia temui.

Gambar 2. Lingkungan Realitas Profesional



Sumber: Hasil penelitian

Dari kedua gambar di atas drama Korea Search:WWW benar-benar mampu memperlihatkan lingkungan profesional. Pada gambar dua, tokoh Bae Ta Mi yang dijadikan utusan perusahaan untuk menghadiri sidang ulang kasus pelanggaran etika profesi. Terlihat bagaimana sidang tersebut digambarkan lingkungannya, dengan tokoh Bae Ta Mi berada ditengah-tengah sebagai seorang praktisi *Public Relations*. Pada gambar 3 terlihat Bae Ta Mi dikelilingi wartawan sebagai penyampai informasi yang berkaitan dengan Unicorn tempat ia

bekerja sebagai seorang praktisi *Public Relations* di perusahaan portal web tersebut. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa drama ini sukses menghadirkan lingkungan profesional dan bergengsi dari kegiatan *Public Relations*.

Gambar 3. Realitas Perilaku Profesional



Sumber : Hasil Penelitian

Dari gambar tersebut terlihat tokoh Bae Ta Mi duduk dengan formal meletakkan kedua tangan di atas paha yang dirapatkan. Hal tersebut memenuhi indikasi profesional dalam melakukan tugas sebagai seorang *Public Relations*. Bae Ta Mi yang tengah dalam pekerjaan berusaha menjaga perilakunya sebagai bentuk penjagaan *image* dirinya sendiri yang menjadi representasi dari perusahaannya, yaitu Unicorn. Dari penggalan *scene* tersebut dapat dilihat realitas profesional pada perilaku tokoh Bae Ta Mi.

Gambar 4. Realitas *Gesture* Profesional



Sumber: Hasil Penelitian

Dari gambar di atas, dapat kita lihat *gesture* Bae Ta Mi menangkupkan ujung-ujung jari kirinya di atas meja. *Scene* tersebut merupakan potongan *scene* disaat Bae Ta Mi melakukan tugas komunikasi internal perusahaan, yaitu penyampaian informasi grafik pencapaian Unicorn dan perusahaan pesaing. Dari *gesture* menjawab pertanyaan tersebut tergambar profesionalitas dari tokoh, yang menunjukkan dia memahami akan informasi yang ia sampaikan dan *gesture* non-verbal tersebut sebagai penekanan akan informasi.

Gambar 5. Realitas Ekspresi Profesional



Sumber: Hasil penelitian

Pada gambar di atas terlihat ekspresi serius tokoh Bae Ta Mi yang terlibat dalam pembicaraan. Bagaimana tatapannya cara dia menundukan sedikit kepala, menunjukkan dominasi dari pembicaraan tersebut. Dominasi disini bersifat positif agar bagaimana supaya lawan bicara merasakan kekuatan kita dalam penyampaian informasi. Bagaimana keseriusan Bae Ta Mi dalam menanggapi pertanyaan terlihat dari ekspresi yang ditampilkan dalam drama tersebut cukup memberikan kesan profesionalitas tokoh Bae Ta Mi.

Untuk mencapai percakapan yang logis ada empat macam aturan yang harus dilakukan, yakni perkataan yang berkualitas, perkataan yang berkuantitas, perkataan yang relevan dan perkataan yang berperilaku, hal tersebut dikemukakan oleh Paul Grice berikut hasil analisis :

Gambar 6. Realitas Percakapan Profesional



Sumber: Hasil penelitian

Dari gambar di atas terangkum perkataan yang berkualitas dengan bagaimana tokoh menyampaikan data yang berkualitas, kuantitas percakapan yang cukup mendominasi, penyampaian yang relevan dengan pembahasan serta bagaimana ia berperilaku setelah penyampaian tersebut. Maka dapat disimpulkan pemenuhan syarat logis percakapan dapat menjadi indikasi profesionalitas tokoh sebagai seorang Public Relations.

Analisis Level Representasi

Unsur-unsur pada level pertama ditandakan secara teknis. Dalam bahasa tulis seperti kata, kalimat, proposisi, foto dan sebagainya. Unsur itu dihubungkan ke dalam kode representasional yang memasukan diantaranya bagaimana objek digambarkan: karakter, narasi, *setting*, dialog dan sebagainya. Didasarkan pada ciri-ciri profesional praktisi *Public Relations* meliputi: yang *pertama*, memiliki keterampilan atau kemampuan, pengetahuan lanjutan yang tidak dimiliki orang biasa lainnya, baik dari hasil pelatihan yang diikutinya atau dari pengalaman bertahun-tahun yang diperolehnya sebagai seorang profesional; *kedua*, kode etik, yang merupakan standar moral untuk setiap profesi dan yang secara formal, tertulis dan normatif didefinisikan dalam bentuk aturan main dan perilaku sebagai "kode etik" yang merupakan standar atau komitmen moral aturan perilaku. dalam pelaksanaan tugas dan kewajiban sesuai dengan profesi dan tugas yang mengatur, mengarahkan dan menjamin profesi yang bersangkutan serta pedoman ketaatan dan pemenuhan aturan profesi; *ketiga*, memiliki tanggung jawab profesional dan integritas pribadi yang tinggi baik terhadap dirinya sebagai profesional *Public Relations* maupun terhadap *public*, klien, pengelola, organisasi perusahaan, menggunakan media publik atau media massa untuk menjunjung tinggi martabat dan nama baik bangsa dan negara. *Keempat*, mereka melayani *public* atau masyarakat dengan penuh pengabdian pada profesi mulianya. Mendahulukan kepentingan masyarakat, bangsa dan negara dalam pengambilan keputusan; *kelima*, otonomi organisasi profesi, yaitu kemampuan mengarahkan (*manage*) organisasi. Humas memiliki kemampuan merencanakan program kerja yang jelas, strategis, mandiri dan tidak bergantung pada pihak lain serta sekaligus mampu bekerja dengan lingkaran kaleng yang sempit. dipercaya untuk menjalankan fungsi, peran dan fungsi; keenam, melestarikan anggota organisasi profesi sebagai wadah untuk mempertahankan keberadaannya, menjaga kehormatannya, dan mengatur kegiatan profesi sebagai standar agar tidak dilanggar. Selain berfungsi sebagai tempat pertemuan asosiasi bisnis, fungsi lainnya adalah wacana komunikatif, di mana pertukaran pengetahuan dan informasi serta terciptanya rasa kebersamaan antar anggota (Dewa, Putri, 2017).

Keterampilan dan Kemampuan

Tabel 2. Analisis Keterampilan dan Kemampuan Tokoh Bae Ta Mi

Scene dan Potongan Adegan	Dialog	Keterangan
Episode 1 Pada saat persidangan reka ulang. Menit : 03 : 40 - 05 : 49	Joo Seung Tae: “Seperti kata anda Unicon adalah mesin pencari nomor satu Korea, memainkan peran penting dalam membentuk opini publik perusahaan seperti itu memanipulasi kata pencarian?. Unicon bukan perusahaan swasta lagi mereka memiliki tanggung jawab dan tugas penting untuk memberikan informasi yang benar kepada publik sampai sekarang unicon menjaga kerahasiaan penjual bisnis pajak perusahaan karena fakta bahwa itu merupakan perusahaan afiliasi asing. Namun itu tidak memungkinkan dalam kasus ini. silahkan lihat ke layar. Yang	Keterampilan adalah ukuran kemampuan yang dimiliki seseorang. Termasuk di dalamnya keterampilan memainkan peran atau membuat dan menciptakan karya yang bisa diterima orang lain (Hariyadin, 2021). Dari dialog dan potongan <i>scene</i> tersebut tergambar kemampuan dan keterampilan Bae Ta Mi



kalian lihat sidang sudah di mulai lebih dari 30 menit dan peringkat kata kunci waktu nyatanya belum berubah sama sekali peringkat kata kunci waktu nyata: 1. Unicon dan 2. Korupsi Unicon. Kurasa anda tidak memanipulasi apapun hari ini. Namun 6 bulan yang lalu selama pemilihan presiden 4 kata kunci negatif terkait kandidiat Presiden Lee Wook-Hyeon tiba-tiba menghilang begitu saja. Keempatnya menghilang pada waktu yang sama”.

Bae Ta Mi: “Karna algoritma kami, sangat umum jika kata kunci tiba-tiba menghilang”

Joo seung tae: “Lalu kenapa anda tidak bisa mengungkapkan algoritma tersebut?”

Bae Ta Mi: “Meminta kami mengungkapkan algoritma sama dengan meminta seorang pembunuh membagi taktiknya. Itu bisa disalahgunakan untuk memanipulasi kata kunci waktu nyata.”

sebagai seorang *Public Relations* dalam menjawab dan menjelaskan terkait dengan algoritma yang dituntut Joo Seung Tae untuk dibebaskan.

Bae Ta Mi menjelaskan bahwa sama saja dengan pembunuh membagi taktiknya. Dia mampu mematahkan *argument* dari pihak lawan agar rahasia perusahaan tidak terbongkar. Kemampuan dan keterampilan komunikasi tergambar jelas di sana.

Sumber: Hasil penelitian

Kode Etik: Lima Pilar Etika Profesi *Public Relations*

Tabel 3. Analisis Pemenuhan Lima Pilar Tokoh Bae Ta Mi

Scene dan Potongan Adegan	Dialog	Keterangan
<p>Episode 2 setelah persidangan ulang Bae Ta Mi di periksa bos nya. Menit : 05:35 - 08:00</p> 	<p>Song Ga-Kyeong (Direktur Unicon): “Aku akan lewatkan teguran dan hanya memastikan kenyataannya. Aku perlu persiapan untuk kedepannya.” Bae Ta Mi: “Apa kau paham aku?” Song Ga-Kyeong: “Kenapa itu penting kini? Kenyataan kau melakukan apa yang kau lakukan di persidangan. Berarti kau yakin ID milik anggota kongress Joo. Itu di bahas pada sebuah wawancara 11 tahun lalu. Dan bisa saja salah ketik. Bagaimana bisa kau sepercaya diri itu?” Bae Ta Mi : “Jangan khawatir , aku tidak pernah melihat melalui data pribadinya.” Song Ga-Kyeong: “Apa kau yakin?” Bae Ta Mi: “Kau ingat saat kau menanyakan nomor telfonnya kan? (Flasback). Probabilitasnya cukup tinggi bagiku untuk mencobanya.”</p>	<p>Confidentiality Pada potongan adegan dan dialog tersebut tokoh Bae Ta Mi memenuhi pilar dapat dipercaya. Pada <i>scene</i> saat Bae Ta Mi mengatakan “Jangan khawatir, aku tidak pernah melihat melalui data pribadinya” Hal tersebut mencerminkan bahwa ia dapat dipercaya dengan tidak melihat data pribadi seseorang disaat beraktivitas sebagai <i>Public Relations</i>.</p>
<p>Episode 1 Pada saat persidangan ulang Menit 48.09- 52:51</p>	<p>Bae Ta Mi : Di Unicon peringkat kata kunci <i>real time</i> dipalsukan.” Joo Seung Tae: “Apa kau mengakuinya?” Bae Ta Mi: “Kata kunci <i>real time</i> yang kalian lihat itu tidak benar. Satu-satunya kebenaran adalah di belakang jari orang-orang yang menggunakan <i>keyboard</i> untuk mencari sesuatu. Selama 10 tahun aku di kantor pusat pencarian,</p>	<p>Veracity Tokoh Bae Ta Mi memenuhi pilah <i>Veracity</i>, yang berarti menyampaikan kebenaran. Terbukti dari kesaksian Bae Ta Mi yang menyatakan Joo Seung Tae berusaha menggoda gadis di bawah</p>



kau tau kata-kata apa yang paling sering aku hapus? "Seks, Pornografi, PG19, Eksibisionisme, Situs porno". Sebagian besar kata kunci melibatkan hubungan intim. Kami mengatur sendiri dan menghapus kata-kata tersebut karena mereka tidak pantas untuk mesin pencari bisa diakses seluruh bangsa. Jika menghapus kata-kata untuk kepentingan publik itu dipalsukan maka ya, kami memalsukan kata kunci."

Joo Seung Tae: "Kau berbicara.."

Bae Ta Mi: "Joo Seung Tae pelacur di bawah usia" jika ungkapan semacam itu muncul, itu bisa dianggap fitnah, jadi kami izinkan untuk menghapusnya. Jika tidak benar, itu benar."

Joo Seung Tae : "Apa hubungannya dengan pemalsuan kata kunci Unicon."

Bae Ta Mi: "Akan tetapi, skandal prostitusi di bawah usia adalah benar. Aku kebetulan menemukan bukti langsung bahwa kau mencoba hal sampah seperti itu."

Joo Seung Tae: "Apa yang kau bicarakan?"

Bae Ta Mi : "ID joost2005 milik mu, bukan? 11 tahun yang lalu, saat kau menjadi kepala wilayah, kau membuat ID ini dengan alamat email. Ini alamat email Unicon kami. Terimakasih. Sementara menindak situs sponsor ilegal yang diatur di server kami, aku menemukan informasi yang menunjukkan anggota kongres Joo berusaha mendapatkan anak di bawah umur."

Joo Seung Tae: "Beraninya kau mencoba mengubah topik! Apa kau sudah gila?!"

Bae Ta Mi: (Melihatkan bukti dilayar)

Joo Seung Tae: "Itu tidak benar! Jangan menyesatkan media! Tidak benar! Itu bukan ID ku!"

Wartawan : "Saksi (Bae ta mi) apakah kau memeriksa warga sipil juga?"

Bae Ta Mi: "Aku hanya melakukan penelitian yang mempunyai hak atas pekerjaan ku. Apa ini benar ID anggota majelis Joo atau bukan?, Pihak berwenang dapat mencari tau jika mereka mengajukan permintaan"

Joo Seung Tae : "Tarik kembali!. Tidak? Aku sedang dijebak! Ini tidak benar!"

Bae Ta Mi: "Aku juga berharap tidak benar, anggota kongres Joo. Peringkat kata kunci *real time* sudah berubah. Kau lihat? Ini adalah internet."

umur dan prostitusi anak di bawah umur oleh Joo Seung Tae. Dia mengatakan kebenaran disaat diutus sebagai *Public Relations* di perusahaan tersebut. Pada potongan *scene* tersebut Bae Ta Mi memperlihatkan flashdisk yang berisi bukti dari tuduhan nya tersebut. *Veracity* tersebut langkah awal berperilaku etis, sebagai sebuah prinsip etika, konsep *veracity (to tell the truth)* atau mengatakan atau menyampaikan kebenaran merupakan tahap awal bagi dasar-dasar asumsi tentang berperilaku etis (Rianda, 2018)

Episode 2
Beberapa hari
setelah sidang
Menit 05:35 - 08:00



Song Ga-Kyeong (Direktur Unicon): “Ada kemungkinan itu bukti upaya dia mencari anak di bawah umur tapi kau tidak menemukan apaapaun untuk membuktikan”

Bae Ta Mi: “Apa aku butuh mencari bukti juga? Aku sudah membayar pajak penuh”

Song Ga-Kyeong: “Ini bukan masalah pribadi, ini masalah perusahaan . Jika kita dituntut”

Bae Ta Mi: “Prostitusi anak dilakukan, tapi dia malah akan menuntutku karna tidak pernah benar-benar terjadi?. Itu bukan pilihan yang bisa diambil politisi .”

Song Ga-Kyeong: “Kau fikir ini membuatmu menjadi pahlawan. Kau menempatkan perusahaan dalam bahaya. Dan menghina sidang kongres .”

Bae Ta Mi: “Kaulah yang menghina sidang, jika aku ingin jadi pahlawan aku akan mengaku bahwa kau membuat-buat peringkat kata kunci atas nama KU grub dan mengungkapkan bahwa persidangan adalah konspirasi, tapi aku tidak melakukannya. Kenapa? Aku tidak ingin membakar diri.

Perusahaan mungkin menganggapku sebagai perisai, tapi aku menyayangi diriku sendiri. Aku satu satunya yang bisa melindungi diriku sendiri, dan aku mengambil tindakan karena alasan itu. Perusahaan yang kacau. Sidang kongres. Aku tidak ingin memihak siapapun.”

Fairness

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa berlaku adil dan berimbang terhadap kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kesetaraan dan kewajaran (Syifani, 2006).

Itu pula yang terjadi dalam drama ini yakni, pada beberapa hari setelah Bae Ta Mi tidak masuk kantor, akhirnya dia masuk dan diintrogasi bosnya dan ia mengatakan bahwa ia tidak memihak siapapun. Di sana tergambar *Fairness* atau keadilan sebagai seorang praktisi *Public Relations*.

Sumber: Hasil penelitian

Tanggung Jawab Profesional

Tabel 4. Analisis Tanggung Jawab Profesional Tokoh Bae Ta Mi

Scene dan Potongan Adegan	Dialog	Keterangan
	<p>Bae Ta Mi: “Maksud mu?”</p> <p>Brian (CEO Barro): “Ya. Aku bertanya apa kau akan pertimbangkan berkerja di Barro. Kau bingung bukan? sekalian membahas ini, aku dapat mengajimu lebih banyak. Jika kau punya tim, kau dapat membawanya juga. “</p> <p>Bae Ta Mi: “Tawaran yang menggiurkan. Pertama, terimakasih. Tapi aku ingin tahu alasannya?.</p> <p>Brian: “Kami ingin memperbaiki layanan kami. Kami butuh pandangan yang berbeda. Pandangan baru. Barro punya gaya yang kami pertahankan selama 10 tahun, dan aku ingin merekrut orang luar dengan pengalaman yang bisa menilai salah atau buruk. Dan juga kau bisa bekerja di lingkungan kerja baru. Bukankah tidak nyaman di Unicon sejak persidangan?”</p>	<p>Perkembangan di masyarakat menuntut praktek <i>Public Relations</i> tidak hanya corong masyarakat dan bersifat satu arah, tetapi <i>Public Relations</i> diharapkan mampu menjembatani organisasi dan tanggung jawab kepada publiknya. Bentuk tanggung jawab itu sendiri dapat dikatakan tanpa batas (Yudarwati, 2013).</p> <p>Hal ini juga yang tergambar dari sosok Bae Ta Mi. Dari pernyataan Bae Ta Mi mengenai ia menghabiskan</p>



Bae Ta Mi: “Tidak nyaman, dan aku akan segera didisiplinkan. Tapi aku menghabiskan usia 20 dan 30 ku di Unicon. Ini masa mudaku. Saat 10 juta pelanggan untuk pertama kalinya. Saat mencapai tempat pertama. Saat untung, dan saat kami pindah ke gedung baru. Aku ada di sana. Aku mencintai dan membenci tempat itu seperti orang gila selama 13 tahun. Aku tidak bisa jelaskan semuanya, tapi bahkan melalui krisis ini, aku ingin tetap di Unicon, di situlah hidupku.

usia 20 dan 30 tahunan berkerja di Unicon dan mencintai pekerjaannya serta membencinya apapun yang terjadi. Memperlihatkan bagaimana Bae Ta Mi bertanggungjawab sebagai seorang *Public Relations*

Sumber: Hasil penelitian

Melayani *Public*/ Masyarakat

Dalam drama tersebut digambarkan sosok Bae Ta Mi mampu melayani *public*, dengan penggambaran ia menjaga kenyamanan pengakses portal Unicon. Walaupun Unicon terkena skandal. Namun, sebagai seorang praktisi *Public Relations* dia berusaha untuk melayani kenyamanan *public*. Hal tersebut dapat diartikan sebagai pelayanan masyarakat, yaitu masyarakat *online*, karena drama ini fokus kepada dua portal web yang bersaing. Pelayanan *public* sendiri dapat didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh institusi birokrasi *public* untuk memenuhi berbagai bentuk kebutuhan dan kepentingan dari warga masyarakat pengguna (Jamil Bazarah, Ahmad Jubaidi, 2021). Dalam drama ini berfokus pada perusahaan swasta, namun konsep pelayanannya dapat diadopsi. Karena pemenuhan berbagai kebutuhan dan kepentingan masyarakat *online* di zaman teknologi komunikasi saat ini.

Kemampuan Manajemen Organisasi

Tabel 5. Analisis Kemampuan Manajemen Organisasi Tokoh Bae Ta Mi

Scene dan Potongan Adegan	Dialog	Keterangan
Episode 1 pada saat grafik pangsa pasar mesin pencarian Menit 09:19 - 11:43	<p>Bae Ta Mi:”Inilah pangsa pasar untuk mesin pencarian Unicon turun 0.5% sementara Barro naik 0,5% kesenjangan sekarang tepat 10%. 0,5% dari pengguna beralih dari Unicon ke Barro 0,5% dari semua pengguna bertotalkan 150.000 orang. 150.000 orang adalah populasi Uiwang provinsi Geonggi. Artinya kita kehilangan seluruh pengguna.”</p> <p>Choi Timjang: “Itu ada dalam batas galat, apa berarti?”</p> <p>Bae Ta Mi: “Pangsa pasar kita naik 11% empat minggu lalu. Tapi menurun 10% selama 3 minggu terakhir. Apa itu tidak ada artinya?”</p> <p>Choi Timjang: “Ada artinya, Unicon sudah menjadi <i>market leader</i> selama 10 tahun. Nilai mereknya bernilai lebih dari 0,5% dalam pangsa pasar.”</p> <p>Bae Ta Mi: “Nam Min Ji Timjang, kau minum jeil milk?”</p>	<p>Kemampuan manajemen dapat diartikan sebagai sekumpulan keahlian dan kompetensi baik secara administratif maupun operasional dalam menjalankan tugas dan fungsinya (Norisanti & Jhoansyah, 2019).</p> <p>Berdasarkan pernyataan tersebut dari <i>scene</i> drama terlihat jelas bagaimana Bae Ta Mi mampu dalam memajemen organisasinya. Bagaimana dia mengomunikasikan grafik. Dan bagaimana dia membandingkan dan mengilustrasikan pemilihan</p>





Nam Min Ji Timjang: “ya?”

Bae Ta Mi_:”Kenapa? Bukankah susu seorim trend zaman saat ini?”

Nam Min Ji Timjang: “Aku selalu minum merek susu ini, dan tidak punya keluhan khusus.”

Bae Ta Mi: “Lee Jae Seung Timjang.”

Lee Jae Seung Timjang : “Ya?”

Bae Ta Mi: “Kau sedang menonton acara biasa di TV, tapi tidak menghibur. Kau akan bagaimana?”

Lee Jae Seung Timjang:”Aku akan mengganti saluran.

Bae Ta Mi : Choi Timjang .

Choi Timjang : “Ya?”

Bae Ta Mi: “Apa yang kau pikirkan? bagaimana kau berfikir tentang internet? Apa seperti merek susu atau acara tv? harga susu kurang dari 1.000 won tapi orang jarang berganti merek. Kenapa?, kau harus beli susu dari merek lain untuk tahu yang rasanya lebih enak. Hanya 1.000 won, tapi ada terlalu banyak opsi. Namun kita dengan mudah mengubah saluran TV. Kenapa?”

Choi Timjang: “Karna gratis dan langsung di lakukan.”

Bae Ta Mi: “Dengan internet ini bukan soal mana yang populer. Yang lebih mudah dan sederhana adalah kuncinya, hanya dengan 1 klik, dapat membandingkan situs tanpa mengeluarkan uang sepersen pun.” Choi Timjang

Choi Tim Jang : “Yaa?”

Bae Ta Mi: “Manakah kata kunci yang paling dicari di Unicon?”

Choi Timjang: “Barro”

Bae Ta Mi: “Pengguna online tidak pernah puas. Ini seperti bagaimana kau pergi dari *mini home page* ke Facebook lalu Instagram. Katakanlah seseorang mengetikkan “restoran bagus di Hongdae”. Jika semua hasil pencarian dengan blok iklan, kata kunci yang dicari berikutnya adalah “Barro” ketika itu terjadi, kita kehilangan 150 ribu pengguna. Apa kau masih berfikir itu angka yang tidak berarti?”

susu dan siaran TV dengan portal web yang ia Kelola. Sehingga peserta rapat paham akan pentingnya pengelolaan web yang tanggap.

Sumber: Hasil penelitian

Menjaga Kehormatan Sejawat

Di dalam drama tersebut pada episode 1-2 digambarkan di sana Bae Ta Mi berusaha untuk menjaga kehormatan teman sejawatnya, yaitu Park Mo-Gun dengan peragaan adegan, dia tidak ingin melibatkan temannya dalam tuduhan yang diberikan kepada dirinya. Dalam tuduhan atau pemaksaan dari perusahaan agar ia yang bertanggung jawab akan permasalahan kata kunci tersebut, temannya ingin membantu, namun ia tidak ingin melibatkan teman

tersebut. Dari sana tergambar dia menjaga kehormatan sejawat nya sebagai seorang praktisi *Public Relations*.

Menjaga kehormatan teman sejawat dapat diartikan melestarikan anggota organisasi profesi sebagai wadah untuk mempertahankan keberadaannya, menjaga kehormatannya, dan mengatur kegiatan profesi sebagai standar agar tidak dilanggar. Selain berfungsi sebagai tempat pertemuan asosiasi bisnis, fungsi lainnya menjaga rasa kebersamaan antar anggota (Syifani, 2006). Perilaku terhadap teman sejawat ini seperti (1) tidak melukai secara senaga reputasi profesional atau praktek anggota lain; (2) tidak berupaya mengganti anggota lain dengan kliennya; (3) bekerja sama dengan anggota lain dalam menjunjung tinggi dan melaksanakan kode etik (Siti, 2011). Penggambaran dari drama tersebut telah memenuhi separuh dari pernyataan di atas, tokoh Bae Ta Mi digambarkan dapat menjaga kehormatan sejawatnya dan melestarikan anggota organisasi profesi.

Analisis level Idelologi

Pada level ideologi yang peneliti dapatkan di sini, seorang *Public Relations* dengan gender wanita tidak hanya bermodal penampilan saja tetapi juga memiliki *skill* dan juga etos kerja yang baik. Namun juga tidak bisa dipungkiri bahwa kenyataan hidup yang kita hadapi selalu dinilai berdasarkan apa yang kita lihat. Menjaga kesan pertama yang positif juga merupakan hal yang penting. Bagi seorang *Public Relations* tidak hanya sikap saja yang patut diperhatikan tentu saja penampilan atau gaya berbusana juga menjadi acuan (Mustafa, 2019). Makna pesan lainnya dalam drama ini adalah seorang *Public Relations* profesional harus memiliki sifat jujur apapun keadannya, memegang prinsip moral dan etika dalam bertindak serta taat dan patuh kepada kode etik yang disepakati. Etika *Public Relations* menurut Parsons adalah aplikasi dari pengetahuan, pengertian dan penalaran terhadap pertanyaan tentang perilaku benar atau salah dalam praktik profesional *Public Relations* (Rahmitha et al., 2021). Di sini digambarkan bahwa peran etika memiliki porsi yang besar dalam praktik *Public Relations*. Profesionalisme dapat diartikan sebagai suatu ide atau pemikiran modern yang berkembang sejalan dengan perkembangan masyarakat modern yang semakin lama semakin kompleks, sehingga membutuhkan tenaga kerja yang *qualified*, berkualitas dan memahami bahkan menguasai teknologi komunikasi canggih yang berkembang akhir-akhir ini (Neni, 2004) dan dalam drama ini sangat menggambarkan tentang kemajuan teknologi komunikasi di mana membahas tentang portal web itu sendiri, Bae Ta Mi sebagai *Public Relations* yang bekerja di sana digambarkan berkualifikasi dan berkualitas.

Bae Ta Mi juga digambarkan memiliki *etos* kerja yang mumpuni, perusahaan yang ingin mempersalahkan dia, namun ia bertahan dan berusaha keluar dari tuduhan yang didakwakan dengan tetap teguh memegang fungsi dan peran seorang *Public Relations*. Langkah tokoh Bae Ta Mi menangani masalah tuduhan pelanggaran etika *Public Relations*. Dalam kasus Bae Ta Mi tersebut dapat dilihat bahwa Bae Ta Mi diposisikan menjadi kambing hitam oleh Song Ga-Hyeong (Direktur Unicon). Song Ga-Hyeong melakukan itu karena perusahaannya (Unicon) berpihak kepada salah satu calon presiden. Jadi ada satu kejadian di mana capres tersebut terlibat skandal dan kemudian viral. Lalu karna Unicon berpihak kepadanya maka dengan sengaja pihak Unicon menghapus/ memanipulasi *real time keyword* mengenai kasus capres tersebut. Tujuan dihapusnya *real time* mengenai kasus ini adalah agar tidak muncul artikel

tentang skandal capres tersebut, dengan alasan untuk melindungi hak asasi capres tersebut. Lalu karna perbuatan ini lah pemerintah memanggil Unicon untuk datang dipersidangan dengan tuduhan memanipulasi *real time keyword*.

Kemudian pihak Unicon mengutus Bae Ta Mi untuk menghadiri sidang tersebut, namun Bae Ta Mi tidak ingin pasrah begitu saja untuk menjadi kambing hitam oleh perusahaannya, ia membuat strategi untuk menyerang kembali salah satu anggota parlemen, yaitu Joo Seung-tae. Dengan cara menampilkan sebuah bukti yang ia dapat di internet yaitu mengenai "anggota majelis Joo berusaha menggoda gadis dibawah umur", dari hal tersebut nama Bae Ta Mi pun masuk ke dalam *real time keyword* yang dicari dan menjadi *trending*. Akan tetapi permasalahan yang ia alami belum selesai sampai disitu, dari perbuatannya tersebut ternyata sudah mencemarkan nama baik perusahaan Unicon, dan karena hal itu membuat ia dipecat.

Namun dari hal tersebut Bae Ta Mi tidak tinggal diam, ia mengambil tawaran kerja sebelumnya yang ditawarkan oleh perusahaan Barro, yaitu perusahaan saingan nya, Bae Ta Mi pun membuat strategi untuk membuat Barro menjadi mesin pencari tercepat nomor satu dengan tujuan untuk membuat perusahaan lamanya (Unicon) menyesal sudah memecatnya, dan Bae Ta Mi juga mengirim sebuah proposal iklan mengenai programnya tersebut kepada Unicon. Di sana dapat dilihat bagaimana langkah Bae Ta Mi membalaskan dendam akan tuduhan yang ia terima, yakni bekerja di perusahaan lawan dan menyuksekkannya. Kenyataannya di dunia kerja memang butuh banyak penyesuaian, fleksibel namun tidak melanggar kode etik menjadi amunisi sukses berkarir didunia kerja. Dari semua keberhasilan yang ingin dicapai oleh seorang *Public Relations* haruslah ada etos kerja di dalam nya, etos kerja sendiri adalah sikap yang muncul atas kehendak dan kesadaran sendiri yang didasari oleh sistem orientasi nilai budaya terhadap kerja (A. Y. Putri, 1978). Di dalam drama ini juga digambarkan bagaimana seorang *Public Relations* itu tidak boleh individualis karena tugas dan fungsinya adalah membangun relasi dan menjaga komunikasi dengan *public*-nya, mampu menghargai martabat semua orang terlebih *public* internal agar membuat dirinya nyaman pada saat bekerja. Citra dan reputasi selalu bersinggungan dengan peran *Public Relations* sebagai pengelola yang memilik posisi strategis di perusahaan yang menaunginya (Patrianti, 2020).

Simpulan

Berdasarkan analisis data serta pemaparan dalam penelitian mengenai representasi profesional *Public Relations* pada tokoh Bae Ta Mi dalam drama Korea Search:WWW sudut pandang semiotika Fiske dan pemenuhan syarat umum profesional *Public Relations*, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam film tersebut memenuhi syarat professional *Public Relations* yang dipaparkan oleh tokoh Bae Ta Mi. Setiap adegan disajikan dalam bentuk tabel penyajian data lengkap dengan potongan adegan, dialog, waktu dan keterangan kejadian. Pada level realitas drama ini cukup menggambarkan realitas profesional dari seorang praktisi *Public Relations*. Dari sisi tampilan pakaian, lingkungan, perilaku, *gesture*, ekspresi maka dapat ditarik kesimpulan bahwa realitas profesional mampu ditampilkan oleh tokoh Bae Ta Mi. Berdasarkan penelitian tersebut pada level representasi diperoleh enam pemenuhan syarat professional *Public Relations*: tokoh Bae Ta mi memiliki keterampilan dan kemampuan sebagai seorang praktisi *Public Relations*; tokoh Bae Ta Mi menerapkan pilar *veracity*, *confidentiality*, dan *fairness*, serta mematuhi pasal pertama kode etik Perhumas; tokoh Bae Ta mi memenuhi tanggung jawab profesional; tokoh Bae Ta Mi mampu dan cakap dalam memanajemen organisasi; tokoh Bae Ta mi mampu menjaga kehormatan teman sejawat

sesuai dengan etika organisasi profesi. Level ideologi tokoh Bae Ta Mi dilihat dari bagaimana ia menyelesaikan permasalahan pelanggaran etika. Bentuk pelanggaran etika yang dituduhkan oleh perusahaan kepada tokoh Bae Ta Mi yaitu, perusahaan menjadikan Bae Ta Mi sebagai kambing hitam di persidangan atas kasus memanipulasi waktu nyata peringkat di portal web, langkah Bae Ta Mi dalam menanganinya yakni dengan memberikan perlawanan kepada parlemen. Mengatakan kebenaran di dalam persidangan dengan bukti di dalam flashdisk yang ditunjukkan. Serta mengundurkan diri dari perusahaan Unicon dan berkembang di perusahaan lain (Barro) dan menunjukkan bahwa ia mumpuni sebagai seorang praktisi *Public Relations*.

Referensi

- Arkian, M. R. N., Drajat, M. S., & Ahmadi, D. (2018). Peran Public Relations dalam Film Hancock. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 3(2), 145. <https://doi.org/10.33376/ik.v3i2.214>
- Barker, C. (2012). *Cultural Studies dan Praktik*. Kreasi Kencana.
- Dewa, Putri, N. K. (2017). *Etika Profesi dan Profesionalisme Public Relations*. 1–14.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. LKiS.
- Fiske, J. (2004). *Cultural and Communication Studies*. Jalasutra.
- Hariyadin, N. (2021). *Jurnal Pendidikan Indonesia PENGEMBANGAN KETERAMPILAN DALAM PEMBELAJARAN Nasihudin dan Hariyadin Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta , Indonesia INFO ARTIKEL Diterima Diterima dalam bentuk review 08 April 2021 Diterima dalam bentuk revisi r. 2(4), 733–743.*
- Jamil Bazarah, Ahmad Jubaidi, dan F. H. (2021). INDONESIA, KONSEP PELAYANAN PUBLIK DI Pelayanan, (Analisis Literasi Penyelenggaraan Indonesia). *DEDIKASI*, 22(2), 105–122.
- Kriyantono. (2014). *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Prenada Media.
- Lestari, Y. T., Setianti, Y., & Priyatna, C. C. (2019). Aktivitas Perhumas Indonesia Dalam Meningkatkan Profesionalisme Anggotanya Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea). *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 9(1), 91–112. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=t3WoDQcAAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=t3WoDQcAAAAJ:kNdYIx-mwKoC
- Munazir, A., Yuliaty, N., & Fiske, J. (2019). Representasi Karakter Peran Public Relations Officer dalam Film The Publicist The Role Character Representation of Public Relations Officer in The Publicist ' s diIndonesia dari tahun ke tahun , tampak dalam jumlah produksi film dan terlihat dari banyaknya. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 804–811.
- Mustafa, I. (2019). Konsep Brain, Beauty and Behavior (3B) Pada Profesi Public Relations. *Avant Garde*, 7(1), 105. <https://doi.org/10.36080/avg.v7i1.853>
- Najwa, S. A. (2022). *Elemen Humas dalam Drama Korea Search:WWW*. Imogen. <https://imogenpr.com/unsur-public-relations-dalam-drama-korea-search-www/>
- Neni, Y. (2004). Profesi Public Relations Identik dengan Perempuan. *Jlimbar*, xx.
- Norisanti, N., & Jhoansyah, D. (2019). Optimalisasi Kemampuan Manajemen Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal ADHUM*, 1(1), 45.
- Nurmalasari, Y., & Erdiantoro, R. (2020). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. *Quanta*, 4(1), 44–51. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>
- Patrianti, T. (2020). Mengelola Citra dan Membangun Reputasi: Studi atas Peran. *Kais*, 1(1), 44–55. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/kais/article/view/6289>
- Permatasari, A. A., & Fahmi, H. (2020). Representasi Profesi Public Relations Pada Serial Tv

- Search:Www. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 149–152.
<http://dx.doi.org/10.29313/.v6i2.22542>
- Putri, A. Y. (1978). *THE IDES OF MARCH : REPRESENTASI ETOS KERJA SEORANG PUBLIC RELATION*. 241–252.
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Rahmitha, khisma, Yani, R., & Nabila, P. (2021). Pentingnya Etika Public Relations Melalui Media Sosial Mengenai Kasus Pelecehan Seksual Di KRL Commuter Line. *Sadida Islamic Communications Media*, 1(1), 1–24.
- Rianda, A. (2018). *Etika humas pemerintah kabupaten aceh barat daya dalam menjalin hubungan dengan media cetak*. 1–64.
- Ridwan, F., & Adji, M. (2019). Representasi Feminisme Pada Tokoh Utama Dalam Film Crazy Rich Asian: Kajian Semiotika. *Jurnal Salaka : Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya Indonesia*, 1(2), 27–37. <https://doi.org/10.33751/jsalaka.v1i2.1282>
- Search: WWW. (2022). Daylicia.Com. <https://www.dailysia.com/sinopsis-search-www-episode-1-16-lengkap/>
- Shim, D. (2006). Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia. *Media, Culture and Society. Repositori SchoolarBank@NUS*, 28, 25–44.
- Siti, K. (2011). *Modul Perkuliahan Pengantar Public Relations*. Universitas Mercu Buana.
- Syifani. (2006). *Penelitian good corporate governance pada perguruan tinggi (UII) dengan variabel penelitian Transparansy, Accountability, Responsibility, Independency, dan Fairness*.
- Tikka, G. (2018). Representasi Feminisme dalam Film “Namaku Siti” (Analisis Tekstual Alan McKee Pada Tokoh Siti) [Universitas Brawijaya Malang]. In *Bitkom Research*. http://forschungsunion.de/pdf/industrie_4_0_umsetzungsempfehlungen.pdf%0Ahttps://www.dfki.de/fileadmin/user_upload/import/9744_171012-KI-Gipfelpapier-online.pdf%0Ahttps://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180607-Bitkom
- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Yudarwati, G. A. (2013). Community Relations: Bentuk Tanggung Jawab Sosial Organisasi. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 1(2), 143–156. <https://doi.org/10.24002/jik.v1i2.164>
- Yusva, K., Sari, S., & Asnawati. (2022). The Representation of Obsession in Korean Drama (Study on the Movie “ Door Lock ”) Representasi Obsesi dalam Drama Korea (Studi pada Film “ Door Lock ”). *Jurnal Iso*, 2(1), 27–34. doi: <https://doi.org/10.53697/iso.v2i1>
- Zuhri, S. (2016). Etika Profesi Public Relations. *Etika Profesi Public Relations*, 1. http://eprints.upnjatim.ac.id/3058/1/public_relations.pdf