

**REPRESENTASI MANAJEMEN KONFLIK PRAKTISI
PUBLIC RELATIONS PADA DRAMA
*SHOOTING STARS***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Konsentrasi: Hubungan Masyarakat



Disusun Oleh:

**NAZLA ADILA
07031382025217**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**"REPRESENTASI MANAJEMEN KONFLIK PRAKTIKI PUBLIC
RELATIONS PADA DRAMA SHOOTING STARS"**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi**

Oleh :

**Nazla Adila
07031382025217**

Pembimbing I

Dr Hj. Retna Mahriani, M.Si

19601209 198912 2 001

Tanda Tangan



Tanggal

22 Juli 24

Pembimbing II

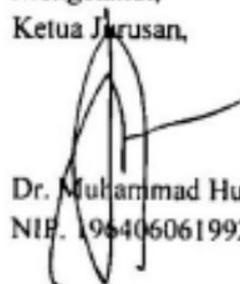
Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom

198902202022031006



15 Juli 24

**Mengetahui,
Ketua Jurusan,**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

“REPRESENTASI MANAJEMEN KONFLIK PRAKTIKI *PUBLIC RELATIONS* PADA DRAMA *SHOOTING STARS*”

Skripsi

Oleh :

Nazla Adila
07031382025217

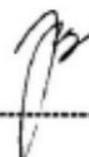
Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 30 Juli 2024
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

KOMISI PENGUJI

Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001
Ketua Penguji



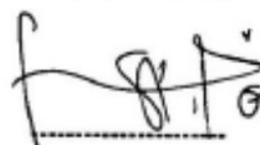
Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 198902202022031006
Sekretaris Penguji



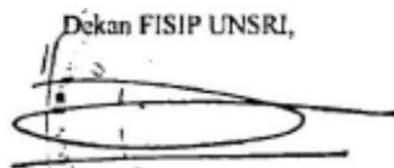
Krisna Murti, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 198807252019031010
Penguji



Feny Selly Pratiwi S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 198607072023212056
Penguji



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


Dr. Muhammad Gusni Thamrin, M.Si
NIP. 196404061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Nazla Adila**
NIM : **07031382025217**
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 28 September 2002
Program Studi/Jurusan : FISIP/Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Representasi Manajemen Konflik Praktisi Public Relations Pada Drama Shooting Stars

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 01 Juli 2024
Yang membuat pernyataan,



Nazla Adila

NIM 07031382025217

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Always believe if god has perfect timing, never early and never late. It just takes a little patience and a lot of faith. Just do your best, believe me, it's worth it.”

Kupersembahkan untuk:

Kedua Orangtuaku, Ayah dan Ibu. Dengan tulus dan penuh rasa syukur, terimakasih atas dukungan dan cinta yang tak terbatas dan selalu menyertai setiap langkah perjuanganku hingga bisa sampai di titik ini. Doa, inspirasi, semangat, dan dukungan yang kalian berikan sepanjang jalan perjuanganku yang membuatku mampu berdiri hingga saat ini. Semoga ini dapat menjadi langkah awal menuju kesuksesanku, semoga kalian dapat terus mengiringi setiap langkahku sampai nanti aku berada dititik yang membanggakan dan bisa membalas kebaikan kalian. *I love you, forever*

ABSTRAK

Drama Korea *Shooting Stars* adalah series yang bergenre komedi romantis yang mengangkat cerita tentang romantisme yang kompleks dan tentang kehidupan sebagai karyawan di dunia kantor *entertainment*. Drama ini menggambarkan bagaimana upaya seorang praktisi *public relations* dalam menyelesaikan konflik-konflik yang terjadi dalam perusahaan. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana representasi manajemen konflik yang dilakukan praktisi *public relations* dalam series drama "Shooting Stars". Peneliti menggunakan teori semiotika Roland Barthes dan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan dokumentasi, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa drama "Shooting Stars" merepresentasikan manajemen konflik PR dengan kompleksitas yang melibatkan berbagai aspek selain resolusi konflik. Drama ini menggambarkan PR sebagai profesi yang strategis dan multifaset, yang mencakup perencanaan, komunikasi, serta pemecahan masalah yang efektif. Temuan ini juga mengungkap bahwa media populer memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap profesi *public relations*. Dengan menggabungkan analisis semiotika dan teori PR, penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana praktik PR direpresentasikan dalam budaya populer. Penelitian ini juga menekankan pentingnya memahami representasi media untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang peran dan tantangan yang dihadapi oleh praktisi PR.

Kata Kunci : Semiotika, Representasi, Roland Barthes, Manajemen Konflik, Public Relations, Shooting Stars.

Pembimbing I

Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si

NIP. 19601209 1989122001

Pembimbing II

Eko Pebryan Jaya, M.I Kom

NIP. 198902202022031006

Mengetahui

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

ABSTRACT

Korean Drama "Shooting Stars" is a romantic comedy series that highlights a complex romance and life as an employee in the entertainment industry. This drama depicts the efforts of a public relations practitioner in resolving conflicts within the company. The purpose of this research is to understand how conflict management representation is carried out by public relations practitioners in the drama series "Shooting Stars." This study uses the constructivism paradigm. The researcher applies Roland Barthes' semiotics theory and a qualitative approach with descriptive methods. The data collection techniques used in this study include documentation, observation, and literature study. The research results show that the drama "Shooting Stars" represents PR conflict management with complexity involving various aspects other than conflict resolution. This drama depicts PR as a strategic and multifaceted profession, which includes planning, communication, and effective problem solving. These findings also reveal that popular media plays an important role in shaping public perceptions of the public relations profession. By combining semiotic analysis and public relations theory, this research provides in-depth insight into how public relations practices are represented in popular culture. This research also emphasizes the importance of understanding media representation to gain a more comprehensive picture of the roles and challenges faced by PR practitioners.

Keywords: *Semiotics, Representation, Roland Barthes, Conflict Management, Public Relations, Shooting Stars.*

Advisor I



Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si

NIP. 19601209 1989122001

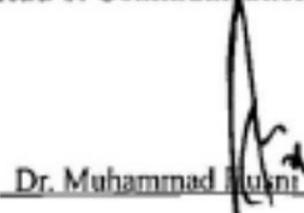
Advisor II



Eko Pebryan Jaya, M.I.Kom

NIP. 198902202022031006

Head of Communication Science Department



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Representasi Manajemen Konflik Praktisi Public Relations Pada Drama Shooting Stars**”. Penulisan skripsi ini dilaksanakan agar penulis dapat memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari masa awal perkuliahan hingga masa penyusunan skripsi ini, pastinya penulis bisa merasa kesulitan dalam menyelesaikan skripsi. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang berperan dalam penyelesaian skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
4. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Retna Mahriani, M. Si, selaku Pembimbing I penulis yang senantiasa memberikan masukan serta bimbingan selama masa penyusunan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya untuk berdiskusi selama penyusunan skripsi ini dengan pemberian ilmu serta masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., MA selaku Dosen Penguji I dan Ibu Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Penguji II yang telah membantu penulis melalui kritik, saran, serta masukannya selama sidang sehingga skripsi ini bisa bermanfaat nantinya.

8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, Tenaga Pendidik, Staf Program Studi Ilmu Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu penulis dalam urusan selama masa perkuliahan.
9. Kepada Ibu dan Ayah, dan Mbah yang selalu memberikan dukungan moril dan materil kepada peneliti. Telah memberikan motivasi dan doa yang tiada henti mengiringi setiap langkah peneliti selama masa penulisan skripsi ini sehingga peneliti dapat menjalani masa perkuliahan ini dengan penuh keberkahan dan dapat menempuhnya dengan baik.
10. Kepada saudara-saudara ku, kak Reyhan, Fathir, Meilda, dan Stella yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Kepada teman seperjuangan saya selama masa perkuliahan saya, yaitu Anton, Ecak, Aisyah, Icha, Adin, Mira, terkhususnya sahabat saya Fiddie Shahira yang selalu menjadi tempat terbaik untuk berkeluh kesah, mengenai berbagai hal tentang kehidupan, perkuliahan, serta menjadi teman dari semester satu untuk selalu menyemangati satu sama lain selama masa perkuliahan hingga saat ini dan seterusnya.
12. Kepada teman-teman yang sudah menjadi keluarga bagi ku, menjadi ruang ternyaman untuk berkeluh kesah, melalui sedih dan tawa, yakni BAMUD (Clarissa, Fiddie, Afifah, Naufal, Hana, Husni, Syifa, Ichsan, Acel, Intan, Javier, Bunga) *I couldn't be more grateful to have you, thanks for all the love, all the appreciation, I hope we last forever!*
13. BDbis (Fathur, Rizky, Nayla), dan semua anggota ERBD (BOM), dan FGL. Terima kasih banyak sudah memberikan banyak pengalaman berharga untuk penulis selama masa perkuliahan ini. *It such an unforgettable moment with you, thank you so much guys, I'm really glad to have you in my life.*
14. Rekan-rekan AIESEC in Unsri selama kurang lebih 2 tahun sejak *term* 2021 hingga 2023/2024, terima kasih banyak telah memberikan pengalaman yang berharga serta menjadi ruang teraman untuk berekspresi.
15. Teruntuk kekasih saya, M. Dzaky Habiburahman yang saat ini sedang menjalani masa koas, terima kasih sudah menjadi tempat ternyaman untuk pulang, memberikan semangat dan motivasi sejak sebelum masa perkuliahan

dimulai hingga saat ini. *Thank you for always loving me and be by my side even at my worst. I hope we last forever!*

16. Serta, semua pihak yang telah mendoakan dan memberikan dukungan terhebatnya hingga saat ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT akan berkenan membalas semua kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu, terkhususnya dalam lingkup bidang studi Ilmu Hubungan Internasional.

Palembang, 24 July 2024

Nazla Adila

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.2 Representasi.....	11
2.3 <i>Public relations</i>	13
2.3.1 Pengertian <i>Public relations</i>	13
2.3.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	14
2.3.3 Fungsi <i>Public relations</i>	15
2.3.4 Peran <i>Public Relations</i>	16
2.4 Manajemen Konflik.....	20
2.4.1 Pengertian Konflik	20
2.4.2 Penanganan Konflik	21
2.5 Drama Korea.....	21
2.6 Web Series	23

2.7	Teori yang digunakan	24
2.8	Kerangka Teori	25
2.8.1	Teori Representasi	25
2.8.2	Teori Semiotika	26
2.8.2.1	Teori Semiotika Ferdinand de Saussure	27
2.8.2.2	Teori Semiotika John Fiske	28
2.8.2.3	Teori Semiotika Roland Barthes	29
2.9	Kerangka Pemikiran	30
2.10	Penelitian Terdahulu	32
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Rancangan Penelitian	35
3.2	Definisi Konsep	35
3.2.1	Representasi	36
3.2.2	<i>Public Relations</i>	36
3.2.3	<i>Shooting Stars</i>	36
3.3	Fokus Penelitian	36
3.4	Unit Analisis & Unit Observasi	37
3.4.1	Unit Analisis	37
3.4.2	Unit Observasi	37
3.5	Data dan Sumber Data	38
3.5.1	Data	38
3.5.2	Sumber Data	38
3.6	Teknik Pengumpulan Data	39
3.7	Teknik Keabsahan Data	41
3.8	Teknik Analisis Data	42
BAB IV GAMBARAN UMUM		45
4.1	Profil Umum Drama Korea <i>Shooting Stars</i>	45
4.2	Profil Singkat Drama Korea <i>Shooting Stars</i>	46
4.3	Profil Pemeran Utama Dalam Drama <i>Shooting Stars 2022</i>	47
4.4	Pemeran Pendukung	50
4.5	Sinopsis Drama Korea <i>Shooting Stars</i>	52

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	54
5.1 Hasil Penelitian Drama <i>Shooting Stars</i>	54
5.1.1 Analisis Drama Korea “Shooting Stars” <i>Scene 1 (Episode 1)</i>	55
5.1.2 Analisis <i>Scene 2</i> (Episode 1).....	59
5.1.3 Analisis <i>Scene 3</i> (Episode 2).....	63
5.1.4 Analisis <i>Scene 4</i> (Episode 5).....	67
5.1.5 Analisis <i>Scene 5</i> (Episode 5).....	70
5.1.6 Analisis <i>Scene 6</i> (Episode 12).....	74
5.1.7 Analisis <i>Scene 7</i>	77
5.1.8 Analisis <i>Scene 8</i>	80
5.1.9 Analisis <i>Scene 9</i>	82
5.2 Pembahasan	85
5.2.1 Kompleksitas Ruang Lingkup Praktisi <i>Public relations</i> dalam Perusahaan.....	87
BAB VI KESIMPULAN & SARAN.....	91
6.1 Kesimpulan.....	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1	Fokus Penelitian	36
Tabel 3.2	Potongan-potongan gambar adegan film <i>Shooting Stars</i>	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Aplikasi Video Streaming Favorit Masyarakat Indonesia	2
Gambar 1.2	Durasi Menonton Drama Korea dalam Sekali Duduk	3
Gambar 1.3	Poster Drama <i>Shooting Stars</i>	4
Gambar 1.4	Scene 1 Drama <i>Shooting Stars</i>	5
Gambar 1.5	Pemberitaan Rumor Artis Indonesia	6
Gambar 1.6	Episode 01: Scene 1 tentang Skandal Kekerasan	8
Gambar 1.7	Episode 01: Scene 2 Tim <i>Public relations</i> Menyelesaikan Masalah	8
Gambar 2.1	Alur Pemikiran	31
Gambar 3.1	<i>Two Order of Significant</i> oleh Barther	43
Gambar 4.1	Poster Drama Korea <i>Shooting Stars</i>	45
Gambar 4.2	Tokoh Oh Han Byoel	47
Gambar 4.3	Tokoh Gong Tae Sung	48
Gambar 4.4	Tokoh Kang Yu Sung	48
Gambar 4.5	Tokoh Park Ho Young	49
Gambar 4.6	Tokoh Do Soo Hyuk	49
Gambar 4.7	Tokoh Jo Ki Bum	49
Gambar 4.8	Tokoh Choi Ji Hoon	50
Gambar 4.9	Tokoh Han Dae Soo	50
Gambar 4.10	Tokoh Baek Da Hye	50
Gambar 4.11	Tokoh Kang Shi Deok	51
Gambar 4.12	Tokoh Byoen Jung Yeol	51
Gambar 4.13	Tokoh Yoon Jae Hyun	51
Gambar 4.14	Tokoh Jin Yoo Na	52
Gambar 4.15	Poster Drama Korea <i>Shooting Star</i>	52
Gambar 5.1	Menit 08.10 – 09.00	55
Gambar 5.2	Menit ke 47:16 – 48:31	59
Gambar 5.3	Menit ke 13:29 – 14:10	63
Gambar 5.4	Menit 27:00 – 29.00	67
Gambar 5.5	Menit ke 46:00 – 47:21	70
Gambar 5.6	<i>Shot</i> 10:23 – 19:10	74

Gambar 5.7	<i>Shot</i> 40:46	77
Gambar 5.8	<i>Shot</i> 25:10	80
Gambar 5.9	<i>Shot</i> 29:41	82

BAB I

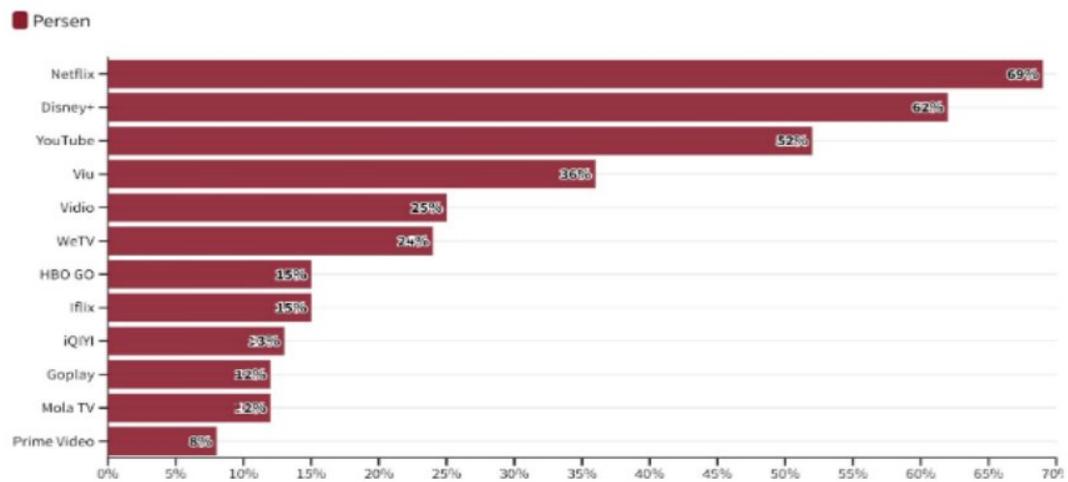
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Revolusi komunikasi terjadi begitu cepat sehingga menghantarkan masyarakat menuju babak baru, yaitu babak yang memanfaatkan teknologi terutama pada aspek komunikasi massa. Mengutip dari *databoks.com*, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia terus mengalami peningkatan indeks selama lima tahun terakhir. Melalui peningkatan tersebut, era saat ini dapat disebut dengan era *new media*, dimana penyebaran informasi dan komunikasi dapat dilakukan oleh teknologi komputer dan data digital yang dikendalikan oleh model-model aplikasi. Menurut Wardrip-Fruin and Nick Montfort (2003) *new media* merupakan kondisi dimana terjadinya pembaharuan dalam model penyebaran informasi yang memanfaatkan teknologi jaringan perangkat lunak.

Pada era *new media* saat ini, komunikasi massa menjadi sangat beragam karena informasi dapat tersebar secara efektif melalui berbagai platform digital yang mudah diakses dengan cepat. Menurut Gaberner (1967) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi pesan-pesan yang tersebar luas berbasiskan teknologi dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2003:188). Sederhananya, komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan melalui media massa, salah satu bentuk dari media massa ialah film. Tertera dalam UU/33/2009 tentang Perfilman pada Pasal 1 Ayat 1 Bagian Ketentuan Umum menjelaskan bahwa film merupakan ekspresi seni budaya yang dijadikan sebagai alat komunikasi massa dan dibuat sesuai dengan prinsip-prinsip sinematografi, baik dengan atau tanpa suara, dan dapat ditampilkan kepada penonton.

Selama lebih dari dua tahun dihantam pandemi COVID-19, film-film Indonesia kembali meramaikan layar bioskop. Menurut Badan Perfilman Indonesia, tercatat lebih dari 10 (sepuluh) film karya insan Perfilman Indonesia yang berhasil meraih lebih dari satu juta penonton. Perkembangan film tidak hanya terjadi di layar bioskop saja, melainkan di media online (*video streaming*) pun ikut berkembang pesat.



Gambar 1.1 Aplikasi Video Streaming Favorit Masyarakat Indonesia
Sumber: Populix, 2022

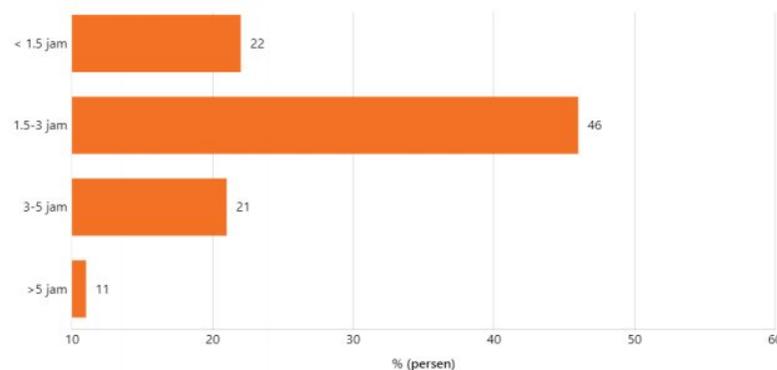
Berdasarkan grafik tersebut, terlihat bahwa aplikasi video *streaming* sudah sangat populer di Indonesia dan Netflix menduduki tingkat persentase tertinggi di antara lainnya. Kemudahan dalam mengakses dan menampilkan karya video melalui internet membuat masyarakat lebih menyukai film dokumenter atau sering disebut dengan *web series*.

Film terbagi menjadi beberapa *genre*, *genre* adalah jenis atau sebuah klasifikasi dari film yang dibuat, kemudian memiliki ciri khas, dari *setting*, karakter, maupun cerita yang dikemas dalam film tersebut (Pratista, 2008). Sementara itu, salah satu jenis film yang saat ini sangat populer adalah film jenis drama. Film drama merupakan *genre* yang banyak diproduksi karena jangkauan

cerita yang ditampilkan sangat luas. Film-film drama umumnya memiliki keterkaitan dengan *setting*, tema-cerita, karakter, serta suasana yang membingkai kehidupan nyata (Oktavianus, 2015).

Berbicara mengenai film drama, baru-baru ini seni pertunjukan dan musik Korea semakin populer di beberapa negara Asia Tenggara, fenomena ini dikenal sebagai *Korean Wave* atau *Hallyu* dalam bahasa Korea. Indonesia salah satu negara yang telah menerima dampak dari Korean Wave dengan menawarkan gaya hidup dari budaya Korea (Fortunata & Utami, 2021). Menurut Arrifin, Korean Wave adalah suatu popularitas budaya Korea yang tersebar di berbagai media di negara-negara Asia (Lazzuarda, 2022). Munculnya Korean Wave ini awalnya ditandai oleh keberhasilan drama Korea yang berhasil memikat penonton di negara-negara Asia, terutama di Indonesia.

Tak sedikit masyarakat Indonesia yang menyukai drama Korea, berdasarkan survei yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) kepada responden yang berjumlah 924 orang, hasilnya 842 orang menyukai dan menonton serial Drama Korea (Kristanty, Lestari, & Pratiko, 2022). Berbagai plot yang beragam dan menarik, serta penampilan visual menawan dari para aktor Korea, menambah daya tarik drama Korea sebagai tontonan yang populer di kalangan masyarakat.



Gambar 1.2 Durasi Menonton Drama Korea dalam Sekali Duduk
Sumber: Databoks, 2022

Tercatat oleh databoks, kegemaran masyarakat Indonesia terhadap drama Korea dapat dilihat dari durasi menonton dalam sekali duduk dapat mencapai 1,5-3 jam. Pada masa pandemi, waktu menonton drama Korea meningkat pesat menjadi 4-6 jam/hari (Saragih, Manalu, & Setyabudi, 2023). Data tersebut menunjukkan bahwa drama Korea menjadi salah satu tontonan yang cukup banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Tak hanya menampilkan visual yang indah, drama Korea juga banyak memberikan informasi dan pesan yang terkandung di dalamnya untuk dapat dijadikan sebagai pembelajaran bagi para penonton.

Alex Sobur (2006) mengatakan bahwa melalui penggunaan pesan di dalam film, produser memiliki kemampuan untuk mempengaruhi masyarakat dan membentuk persepsi. Sehingga tak jarang film dapat dijadikan sebagai motivasi atau inspirasi belajar bagi penonton dalam memahami informasi tertentu. Namun, film juga sangat berpotensi menimbulkan pesan yang tidak sesuai dengan realitanya. Oleh karena itu, film termasuk ke dalam salah satu media yang menarik untuk dijadikan sebagai objek penelitian. Film *Shooting Stars* adalah salah satu film jenis drama yang dapat diulas maknanya melalui setiap tanda dan bahasa yang ditampilkan pada setiap adegan.



Gambar 1.3 Poster Drama *Shooting Stars*
Sumber: (*Netlix.com*)

Shooting Stars merupakan serial drama Korea yang mengkisahkan tentang kehidupan sebagai karyawan dan pertama kali tayang pada 22 April 2022 yang di sutradarai oleh Lee Soo Hyun. Serial drama ini menceritakan tentang kehidupan seorang praktisi *public relations* dalam sebuah agensi bernama *Starforce Entertainment*. Oh Han Byoel merupakan aktor utamanya, yaitu kepala dari tim humas di *Starforce Entertainment*. Drama ini memperlihatkan bagaimana sosok praktisi humas yang sangat fasih berbicara dan cekatan dalam mengatasi masalah di hadapan publik saat terjadinya konflik di agensi tersebut.

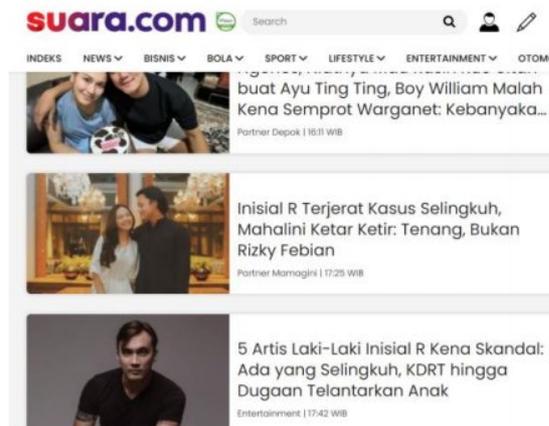


Gambar 1.4 Scene 1 Drama *Shooting Stars*
Sumber: (*Netflix.com*)

Melalui peran Oh Han Byoel yang aktif sebagai praktisi *public relations*, menunjukkan bahwa pentingnya peran *public relations* di suatu perusahaan. Menurut Frank Jefkins (2003) *Public relations* adalah jenis komunikasi yang direncanakan dengan baik, baik itu komunikasi yang dilakukan secara internal maupun eksternal oleh suatu organisasi, dengan tujuan mencapai kesepahaman dan saling pengertian antara organisasi tersebut dengan berbagai pihak yang terlibat. Sederhananya, *public relations* adalah aktivitas yang bertujuan untuk memperoleh *goodwill*, kepercayaan, pengertian, dan citra yang baik dari publik.

Keseluruhan konflik yang terjadi pada serial drama *Shooting Stars* bersumber dari para idol di agensi tersebut. Konflik-konflik yang terjadi dalam

serial drama ini tidak hanya ditemukan di Korea, tetapi juga sering ditemukan di Indonesia, terutama yang melibatkan artis atau idola. Dalam realitas industri hiburan Tanah Air, permasalahan antara artis kerap kali menjadi sorotan masyarakat di Indonesia, mulai dari kasus perselingkuhan, penggunaan narkoba, hingga kontroversi perilaku.



Gambar 1.5 Pemberitaan Rumor Artis Indonesia
(Sumber: *suara.com*)

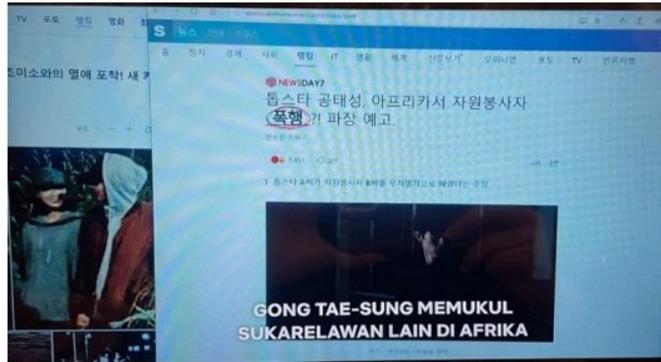
Berdasarkan berita yang diambil melalui website *suara.com*, menunjukkan bahwa rumor percintaan, perselingkuhan di Indonesia kian mengemuka dan menunjukkan berapa seringnya insiden tersebut terjadi di dunia hiburan tanah air. Drama *Shooting Stars* menghadirkan permasalahan-permasalahan artis yang serupa dengan yang terjadi di Indonesia sehingga penulis tertarik untuk bisa meneliti lebih dalam bagaimana team *public relations* dalam drama ini menyelesaikan skandal para artisnya.

Adapun fungsi dari *public relations* merupakan bagian dari manajemen yang bertanggung jawab dalam menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi untuk kepentingan publik, serta merencanakan program untuk mendapatkan dukungan dan eksistensi dari khalayak. (Cutlip, Center, & Broom, 2009)

Adapun kesan yang melecehkan bahwa praktisi *Public relations* tidak perlu bekerja keras, yang penting bisa sedikit berbahasa Inggris, cantik, seksi, ramah, luwes bergaul, dan bereslah semua persyaratan untuk menekuni profesi tersebut (Permatasari & Fahmi, 2020). Pemahaman yang kurang benar terhadap peran *public relations* dapat memperlambat perkembangannya sebagai suatu prosesi yang mengekspresikan profesionalisme para praktisinya. Setiap perusahaan pasti akan selalu memiliki hubungan dengan publik, maka dibutuhkan peran *public relations* atau Humas untuk dapat mampu memelihara hubungan tersebut.

Melalui penjelasan di atas, maka peranan *public relations* merupakan salah satu hal yang menarik untuk dikaji dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap drama berjudul *Shooting Stars* mengenai bagaimana representasi praktisi *public relations* sebagai fungsi manajemen dalam menyelesaikan konflik untuk memperbaiki citra perusahaan.

Dalam drama *Shooting Stars*, penulis memilih menggunakan teori semiotika Roland Barthes daripada teori-teori semiotika lain karena dikutip dari (Sobur, 2021) pada teori semiotika Roland Barthes mengaplikasikan semiloginya hampir disetiap bidang kehidupan seperti mode busana, balap sepeda, Tour de Francre, film, fotografi, sastra, dan otomotif. Melalui teori Roland Barthes, peneliti dapat menginterpretasikan dari segi makna yaitu dengan makna denotasi, konotasi serta mitos.



Gambar 1.6 Episode 01: Scene 1 tentang Skandal Kekerasan
Sumber: (Netflix.com)

Representasi peran *public relations* dalam drama Korea *Shooting Star* bisa dilihat dari salah satu *scene* dimana Oh Han Byeol mendapat kabar bahwa muncul pemberitaan negatif yang menyangkut salah satu *idol* di perusahaannya. Konflik ini akan berdampak dengan citra perusahaan di mata eksternal. Salah satu fungsi PR yaitu membina hubungan eksternal publik meliputi orang-orang atau anggota masyarakat di luar perusahaan. Maka, dalam kondisi ini *public relations* yang memiliki kewajiban untuk menyelesaikan hal tersebut. Oh Han Byeol bersama timnya segera mengambil tindakan untuk mencari kebenaran dari berita tersebut dan membuktikan bahwa itu tidak benar.



Gambar 1.7 Episode 01: Scene 2 Tim Public relations Menyelesaikan Masalah
Sumber: (Netflix.com)

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam bagaimana proses kerja yang dilakukan oleh praktisi *public relations* sebagai fungsi manajemen dalam penyelesaian

konflik yang ada di drama *Shooting Stars*. Terdapat 12 *scene* konflik pada serial drama *Shooting Stars* yang menggambarkan representasi PR sebagai fungsi manajemen. Peneliti akan menganalisis 8 dari 12 *scene* yang berkaitan dengan representasi PR dalam menyelesaikan konflik tersebut. Penelitian ini menjadi esensial untuk memahami secara lebih rinci mengenai bagaimana praktisi *public relations* seharusnya bertindak dalam bekerja berdasarkan teori yang ada. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih kepada pembaca mengenai bagaimana pentingnya peran *public relations* dalam suatu perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Representasi Manajemen Konflik Praktisi *Public relations* pada Drama *Shooting Stars*?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian dirumuskan untuk menjawab rumusan masalah yang ada, yaitu untuk Mengetahui bagaimana Representasi Manajemen Konflik Praktisi *Public relations* pada Drama *Shooting Stars*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk memberikan sebuah kontribusi bagi pengembangan ilmu pada bidang komunikasi, khususnya dalam penelitian analisis semiotika, serta dapat menjadi sebuah sumber referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas mengenai topik yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan dan jawaban secara spesifik mengenai bagaimana Representasi Manajemen Konflik *Public relations* dalam Menyelesaikan konflik pada Drama Korea *Shooting Stars* dan dapat memberikan masukan yang baru bagi para penggiat film atau series, lalu untuk pembaca diharapkan dapat memaknai pesan yang disampaikan melalui karya audio visual atau series secara mendalam atau kritis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, O. (1993). *Dasar-Dasar Public relations* . Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Adipoetra, F. G. (2016). Representasi Patriarki dalam Film "Batas". *Jurnal E-Komunikasi* , 2-11.
- Abdurrachman, Oemi. (2001). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Arkian, M. R. N., Drajat, M. S., dan Ahmadi, D. (2018). Peran *Public relations* dalam Film Hancock, *Inter Komunika*, 3(2), 145-152.
- Asianwiki.com. (2022). Shooting Stars. [https://asianwiki.com/Shooting Stars](https://asianwiki.com/Shooting_Stars).
- Bayu, I. B., Suardana, I. W., & Putra, G. P. (2023). Penerapan Konsep Representasi Pada Music Video Tinkerbelle Bali di Dewatlantis Studio. *Jurnal Calaccitra*, 2-10.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective Public Relations Ed. 9*. Jakarta: Kencana.
- Davis, Anthony. 2007. *Mastering Public Relations*. NY: Palgrave Macmillan.
- Effendy, Onong Uchjana. (1986). *Dimensi Dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumni.
- Fathun, L. M. (2018). Analisis Komunikasi Global Melalui Film dalam Diskursus yang Menyudutkan Islam. *Dauliyah: Journal of Islam and International Affairs*, 3(1), 49-71.
- Fortunata, Fransisca, and Lusya Savitri Setyo Utami. 2021. "The Effect of Addiction of Watching Korean Drama Series On Imitation Behavior of Adolescents." *Proceedings Of The International Conference On Economics, Business, Social, and Humanities 570(Icebsh)*: 876-83
- Gassing, Syarifuddin, dan Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural Representations dan Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Hall, Stuart. (1982). *The Rediscovery of ideology.: return of the repressed in media studies* dalam Gurevitch, Michael (ed). Culture, society, and the media. London: Sage Publication.
- Hamid, A. (2012). *Komunikasi & Public relations* . Bandung: CV. Pustaka Setia .

- Haryati. (2021). *Membaca Film (Memaknai Representasi Etos Kerja dari Film Melalui Analisis Semiotika)*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Kristanty, S., Lestari, R., & Pratiko, R. G. (2022). Drama Korea Sebagai Tayangan Alternatif Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1-12.
- Lazuarda, S. A. (2022). Peran Gelombang Korea (Korean Wave) Terhadap Creative Business Masyarakat di Provinsi Jawa Timus. *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)*, 1-13.
- Luhukay, M. S. (2008). Penerapan Manajemen Krisis Di Indonesia: Memotret Krisis Dalam Kacamata Public Relations. *Scriptura*, 2(1), 18-28.
- Mukti, Gufron, G. A. (2019). Representasi Anti Rasisme Dalam Film “US” Karya Jordan Peele (Analisis Semiotika Model Roland Barthes). *Tesis*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Oktavianus, Handi. (2015). Penerimaan Penonton Terhadap Praktek Eksorsis Dalam Film Conjuring. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya*, 1-12.
- Palupi, Rety. (2017). Strategi Humas Grup RS Awal Bros Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Website. *Simnasiptek*. 1(1) 16-19.
- Permatasari, A. A., & Fahmi, M. H. (2020). Representasi Profesi *Public relations* Pada Serial Tv Search: Www. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 1-4.
- Piliang, Y. A. (2003). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- PMB: Badan Riset dan Inovasi Nasional. (2020). Survey Result: K-Drama Consumption Amidst Covid-19 Pandemic in Indonesia. Dalam <https://pmb.brin.go.id/surveyresult-k-drama-consumptionamidst-covid-19-pandemic-inindonesia/> (diakses 13 July 2022 pukul 11.00 WIB).
- Pratista, H. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta : Homerian Pustaka.
- Prida, A. A. A. (2007). *Public relations (PR) dan Kesalahpahaman Publik Atas Pemaknaan Sebuah Profesi*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi: Scriptura*, 1(2).
- Rachman, F. R. (2022). Representasi Dalam Film. *Jurnal Pradigma Madani*, 7(2), 10–18.
- Rachmat Kiryanto, P. D. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Ridwan, M., & Aslinda, C. (2022). Analisis Semiotika Deskriminasi Pada Film "The Hate U Give". *Journal of Discourse and Media Research*, 1-12.
- Rio, F. R. (2020). Representasi Dalam Film. *Jurnal Pardigma Madani*, 7(2), 2.

- Romli, Khomsahrial. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Kompas Gramedia (<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/2168/>).
- Ruslan, Rosady. (2005). *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2014). *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Satira, A. U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting *Public relations* Di Era Digital. *SADIDA*, 1(2), 179-202.
- Saragih, N. F., Manalu, S. R., & Setyabudi, D. (2023). Hubungan Intensitas Menonton Drama Korea Dan Tingkat Kesukaan Musik Pop Korea Dengan Minat Belajar Bahasa Korea Pada Remaja. *Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*.
- Saussure, F. d. (1916). *Pengantar Lingustik Umum*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Scout. M. Cutlip. 2009. *Efektiv Public Relations*. Jakarta: Kencana
- Sinta, R.H, Dedi K.S.H. (2017). Identitas Budaya Indonesia: Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Aqua Versi “Temukan Indonesiamu”. *Acta Diurna*, 13(2), 67–88.
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2021). *Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Karya.
- Vera, Nawiroh. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.