

**REPRESENTASI PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM DIRI KARAKTER UTAMA
GO AH-IN PADA SERIAL DRAMA KOREA “AGENCY”**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

BUNGA NONA RIZKY ERNANDA

1171003099

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISNALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Bunga Nona Rizky Ernanda

NIM : 1171003099

Tanda Tangan : 

Tanggal : 10 September 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Bunga Nona Rizky Ernanda
NIM : 1171003099
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Representasi Peran Public Relations dalam Diri Karakter Utama Go Ah-
In pada Serial Drama Korea “Agency”

Telah berhasil dipertaruhkan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komuniskai Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si.
Penguji 1 : Mirana Hanasthasia, S.Sos., M.Media Prac.
Penguji 2 : Ngurah Rangga Wisesa, S.I.kom., M.I.Kom.



(Dianingtyas Murtanti Putri)
(Mirana Hanasthasia)
(Ngurah Rangga Wisesa)

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 10 September 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala Puji dan Syukur saya ucapkan kehadirat Allah SWT, karena atas karunia dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Representasi Peran Public Relations Dalam Diri Karakter Utama Go Ah-In Pada Serial Drama Korea “Agency””. Penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Bakrie. Pengalaman dan pengerjaan proposal Tugas Akhir ini tidaklah berjalan lancar jika tidak ada bantuan, bimbingan, motivasi, serta doa dari orang-orang yang ikut membantu dan mendukung peneliti. Oleh karena itu, dengan penuh rasa ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga (Bunda dan Adik-Adik)

Terima kasih kepada Bunda dan Adik-adik yang sudah selalu mendoakan, mendukung, serta memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini dengan lancar.

2. Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M. Selaku Kepala Progam Studi Ilmu Komunikasi yang sudah membimbing dari awal perkuliahan.

3. Miss Dianingtyas Murtanti Putri

Terima kasih penulis ucapkan kepada Miss Dian Murtanti Putri, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi penulis. Terima kasih sudah membimbing, memotivasi, membantu, serta meluangkan waktu untuk dapat memberikan arahan seputar skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga selesai.

4. Ibu Mirana Hanathasia

Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac. selaku dosen penguji pertama yang membantu penulis dalam memberikan saran dan masukan yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

5. Mas Ngurah Rangga Wisesa

Terima kasih penulis ucapkan kepada Mas Ngurah Rangga Wisesa, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen penguji kedua yang membantu penulis dalam memberikan saran dan masukan yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir

6. Miss RR. Roosita Cindrakasih

Terima kasih penulis ucapkan kepada Miss RR. Roosita Cindrakasih, S.H., M.I.Kom. yang bersedia menjadi triangulator dalam penelitian saya dan sudah berkenan memberikan masukan serta arahan dalam penelitian saya hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

7. Miss Dessy Kania

Terima kasih penulis ucapkan kepada Miss Dr. Dessy Kania, B. A., M. A., Ph.d. yang bersedia menjadi triangulator dalam penelitian saya dan sudah berkenan memberikan masukan serta arahan dalam penelitian saya hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

8. Dosen Ilmu Komunikasi

Terima kasih kepada seluruh dosen Universitas Bakrie yang sudah memberikan seluruh ilmu yang telah peneliti pelajari dan membimbing saya selama berkuliah di Universitas Bakrie, sehingga peneliti bisa sampai pada tahap akhir dan bisa diterapkan pada dunia kerja.

9. Sahabat dan Orang Terdekat

Terima kasih kepada Raditya Arivansyah, Aurel, Annisa, Gitta, Ellina, Dian, Noni, Dhaifullah, Dilla dan Ghina yang selama ini sudah membantu penulis dalam dunia perkuliahan, terima kasih karena selalu menyemangati, memotivasi dan menemani, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

10. Teman-Teman Ilmu Komunikasi 2017

Terima kasih kepada teman-teman Ilmu Komunikasi 2017 yang selama ini sudah membantu penulis dalam dunia perkuliahan, terima kasih karena selalu menyemangati dan memotivasi penulis agar tidak mudah menyerah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Jakarta, 10 September 2024

Penulis,



Bunga Nona R.E

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bunga Nona Rizky Ernanda
NIM : 1171003099
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty-free rights*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“REPRESENTASI PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM DIRI KARAKTER UTAMA GO AH-IN PADA SERIAL DRAMA KOREA “AGENCY””

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 10 September 2024

Yang menyatakan



Bunga Nona R.E

**REPRESENTASI PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM DIRI KARAKTER UTAMA
GO AH-IN PADA SERIAL DRAMA KOREA “AGENCY”**

BUNGA NONA RIZKY ERNANDA

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana praktisi Public Relations (PR) dapat membangun citra diri di masyarakat, dengan fokus pada aplikasi PR dalam kehidupan pribadi seperti yang digambarkan dalam serial drama Korea "Agency." Berbeda dari studi sebelumnya yang lebih menitikberatkan pada PR di organisasi atau perusahaan, penelitian ini menganalisis representasi dan pengelolaan citra diri karakter utama, Go Ah-In, yang bekerja di industri periklanan. Metode penelitian kualitatif menggunakan studi kasus dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan model Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian, dan penarikan kesimpulan, serta triangulasi untuk memastikan kredibilitas temuan.

Analisis dilakukan pada semiotik komunikasi oleh John Fiske melalui tiga level: realitas (menunjukkan integritas Go Ah-In), representasi (mencerminkan dinamika industri periklanan), dan ideologi (mengangkat tema kesetaraan gender dan etika profesional). Penelitian ini mengungkap bagaimana "Agency" menyampaikan makna tentang PR melalui teknik dan simbol dalam media, serta peran PR dalam membangun dan mempertahankan citra diri. Keterbatasan termasuk jumlah informan yang terbatas dan fokus penelitian yang sempit. Saran untuk penelitian selanjutnya mencakup memperluas kajian strategi PR dan mengaitkan dengan teori semiotika lainnya, serta memberikan wawasan praktis untuk pembuat film dan penonton.

Kata Kunci: Peran PR, Fungsi PR, Citra Diri, Semiotika Komunikasi, John Fiske.

**REPRESENTASI PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM DIRI KARAKTER UTAMA
GO AH-IN PADA SERIAL DRAMA KOREA “AGENCY” (PAKEIN INGGRIS)**

BUNGA NONA RIZKY ERNANDA

ABSTRACT

This study explores how Public Relations (PR) practitioners can build self-image in society, focusing on the application of PR in personal life as depicted in the Korean drama series "Agency." Different from previous studies that focused more on PR in organizations or companies, this study analyzes the representation and management of self-image of the main character, Go Ah-In, who works in the advertising industry. The qualitative research method uses a case study with observation, interviews, and documentation. Data are analyzed using the Miles and Huberman model through data reduction, presentation, and drawing conclusions, as well as triangulation to ensure the credibility of the findings.

The analysis is conducted on the semiotics of communication by John Fiske through three levels: reality (showing Go Ah-In's integrity), representation (reflecting the dynamics of the advertising industry), and ideology (raising the theme of gender equality and professional ethics). This study reveals how "Agency" conveys meaning about PR through techniques and symbols in the media, as well as the role of PR in building and maintaining self-image. Limitations include the limited number of informants and the narrow focus of the study. Suggestions for further research include expanding the study of PR strategies and linking it to other semiotic theories, as well as providing practical insights for filmmakers and audiences.

Keyword: Role of PR, Function of PR, Self Image, Semiotics of Communication, John Fiske.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISNALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Konsep Yang Relevan	16
2.1.1 Public Relations.....	16
2.1.2 Semiotika Komunikasi John Fiske	20
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	22
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III.....	37
METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1. Desain dan Pendekatan.....	37
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	38
3.3 Pengumpulan Data.....	39
3.4 Analisis Data	42

3.5	Triangulasi Data.....	43
3.6	Operasionalisasi Konsep.....	44
BAB IV.....		45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Gambaran Konteks Penelitian.	45
4.1.1	Sinopsis Serial Drama Korea “Agency”	45
4.1.2	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	46
4.2	Penyajian Data	49
4.2.1	Level Realitas Serial Drama Korea "Agency".....	50
4.2.2	Level Representasi Serial Drama Korea "Agency"	62
4.2.3	Level Ideologi Serial Drama Korea "Agency"	72
4.3	Pembahasan dan Diskusi	76
4.3.1	Analisis level realitas yang melekat dalam serial drama korea “Agency”	76
4.3.2	Analisis level representasi yang melekat dalam serial drama korea “Agency”	82
4.3.3	Analisis level ideologi yang melekat dalam serial drama korea “Agency”	86
4.4	Novelty / Kebaruan	88
BAB V.....		89
SIMPULAN DAN SARAN.....		89
5.1	Simpulan	89
5.2	Kendala dan Keterbatasan	90
5.3	Saran dan Implikasi	90
5.3.1	Saran Teoritis	90
5.3.2	Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN.....		95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Evolusi dari Public Relations 1.0 ke 4.0.....	2
Gambar 1.2 Postingan Akun Instagram Hollywings.....	6
Gambar 1.3 Data Kenaikan Drama Korea di Indonesia tahun 2019.....	8
Gambar 1.4 Poster Drama Korea Agency.....	9
Gambar 1.5 Adegan Tentang Citra Go Ah-In dimata Kolega dan Teman diluar Pekerjaan...9	9
Gambar 1.6 Adegan Go Ah-in Naik Jabatan yang Menjadi Wajah Baru Perusahaan.....10	10
Gambar 1.7 Adegan saat karyawan menyelamatkan Go Ah-in.....	11
Gambar 1.8 Adegan saat Go Ah-in Mendedikasikan Dirinya Dalam Bekerja.....	12
Gambar 1.9 Adegan saat Go Ah-in saat Merepresentasikan Dirinya Menggunakan PR 4.0..	13
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3.1 Komponen Analisis Data Miles dan Huberman.....	42
Gambar 4.1 Poster Film drama korea “Agency”.....	45
Gambar 4.2 Dessy Kania.....	48
Gambar 4.3 Roosita Cindrakasih.....	49
Gambar 4.4 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023).....	50
Gambar 4.5 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	51
Gambar 4.6 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023).....	52
Gambar 4.7 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023).....	53
Gambar 4.8 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023).....	53
Gambar 4.9 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023).....	54
Gambar 4.10 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023).....	54
Gambar 4.11 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023).....	54
Gambar 4.12 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023).....	55
Gambar 4.13 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	56
Gambar 4.14 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023).....	57
Gambar 4.15 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023).....	58
Gambar 4.16 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023).....	58
Gambar 4.17 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023).....	59

Gambar 4.18 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023).....	59
Gambar 4.19 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	59
Gambar 4.20 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	60
Gambar 4.21 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	60
Gambar 4.22 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	61
Gambar 4.23 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	61
Gambar 4.24 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	62
Gambar 4.25 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	63
Gambar 4.26 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	64
Gambar 4.27 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	64
Gambar 4.28 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	65
Gambar 4.29 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	65
Gambar 4.30 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	65
Gambar 4.31 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	66
Gambar 4.32 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	66
Gambar 4.33 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	67
Gambar 4.34 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	67
Gambar 4.35 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	68
Gambar 4.36 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	69
Gambar 4.37 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	70
Gambar 4.38 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	71
Gambar 4.39 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	71
Gambar 4.40 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	72
Gambar 4.41 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	73
Gambar 4.42 cuplikan serial drama korea “Agency” (2023)	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Table 3.1 Kriteria Data Informan (Triangulator Satu).....	40
Table 3.2 Kriteria Data Informan (Triangulator Dua).....	41
Table 3.3 Operasionalisasi Konsep.....	44
Tabel 4.1 Tim Produksi Drama Korea “Agency”.....	46