

Abstrak

The Internship adalah film bergenre komedi yang berlatarkan perusahaan internet nomor satu di dunia yaitu Google. Film yang diperankan oleh duet Vince Vaughn dan Owen Wilson, yang sukses mengocok perut di Wedding Crashers (2005), bercerita tentang dua sahabat sekaligus rekan kerja bernama Billy (Vince Vaughn) dan Nick (Owen Wilson) yang kesehariannya menjadi seorang salesman. Namun, ketika perusahaannya tutup akibat perkembangan digital, Billy dan Nick memutuskan untuk mencari pekerjaan di Google dengan menjadi peserta magang. Film yang di produksi oleh 20th Century Fox ini, banyak kritikus yang mengatakan bahwa ini adalah bentuk iklan besar-besaran Google. Melalui semiotika, tanda-tanda yang ada di dalam film dapat dianalisa, hal tersebut dikarenakan film dibangun dengan banyak tanda. Film The Internship ini dibagi ke dalam empat scene yang didalamnya terdapat tanda ditemukan untuk mendukung pembentukan karakter dalam membangun realita yang terjadi di dalam film. Penelitian ini menggunakan teori *code of television* John Fiske yang terdiri dari level realitas, level representasi dan level ideologi. Kemudian didukung dengan teori komunikasi massa, teori komunikasi pemasaran, dan teori semiotika John Fiske agar penelitian ini memiliki landasan berpikir yang teoritis. Dengan demikian penelitian ini dapat menemukan pemahaman mengenai bentuk komunikasi pemasaran berupa promosi yang terdapat pada film The Internship.

Kata kunci: komunikasi pemasaran, semiotika, film