

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Salah satu film *box office* yang mengangkat tema mengenai aktivitas hubungan masyarakat adalah *The Devil Wears Prada*. Film ini menceritakan tentang Andrea Sachs yang merupakan seorang lulusan baru Universitas Northwestern yang bercita-cita menjadi jurnalis, dengan keberaniannya Andrea pergi ke New York dan mendapatkan pekerjaan di *Runway Magazine*, yang merupakan majalah mode ternama di New York. Andrea dipekerjakan sebagai asisten pribadi junior salah satu editor ternama di industri media yaitu Miranda Priestly. Miranda dikenal sebagai atasan yang perfeksionis dan kaku membuat pekerjaan Andrea menjadi sangat menantang.

Walaupun sudah 18 tahun sejak penayangan komersilnya, film *The Devil Wears Prada* masih relevan terutama bagi para pekerja di industri media. Hal ini dapat dibuktikan dengan beberapa majalah masih menobatkan film tersebut sebagai film yang ikonik dan tak terkekang oleh masa. Menurut *A Magazine*, “*The Devil Wears Prada*” dinobatkan sebagai film klasik karena suatu alasan, dan film tersebut pantas mendapatkan pujian yang didapatnya” (Sessoms, 2022). Selain artikel dari *A Magazine*, film “*The Devil Wears Prada*” juga termasuk pada *list Top 15 Film Tentang Jurnalis* menurut website *prnews.io* dan *list 10 Film Yang Harus Ditonton Mengenai PR* menurut website *teamlewis.com*. Dengan hal ini membuat film “*The Devil Wears Prada*” relevan dengan bidang humas.

The Devil Wears Prada (2006)



Film ini memuat aktivitas kehumasan yang mengarah ke pembangunan *branding* walaupun tidak secara eksplisit menyebutkan ada karakter yang berperan sebagai humas profesional, namun peran humas tersebut ditampilkan dari beberapa aktivitas Andrea Sachs sebagai sekretaris pribadi Miranda Priestly. Aktivitas humas yang ditampilkan pada film memainkan peran yang cukup penting dalam menjaga citra majalah *Runway* serta mengelola krisis yang muncul pada film. Fenomena yang terdapat dalam film ini yaitu bagaimana suatu media membentuk interpretasi sosial terkait merek (*branding*) serta citra yang positif pada khalayak. Adaptasi dengan gaya hidup baru tentu saja tidak mudah, namun hal ini dilakukan oleh Andrea Sachs untuk dapat mengikuti lingkungan tempat dimana ia bekerja yaitu Majalah *Runway*, upaya perubahan penampilan dilakukan Andrea pada film agar dirinya terlihat relevan dengan redaksi majalah *Runway*.

Hal ini merupakan salah satu aktivitas humas yaitu pembangunan *branding* atau merek. Branding tidak hanya berlaku pada suatu produk atau jasa, seorang individu juga dapat menjadi objek utama dalam kegiatan *branding*. Menurut Novianti,dkk (2021, hlm. 16) *branding* adalah proses mengaitkan simbol-simbol ke dalam bentuk bahasa, suara (intonasi), gesture, dan visualisasi untuk membangun sebuah makna yang kemudian menjadi identitas atau ciri khas sebuah objek baik itu individu, produk, ataupun institusi.

Membangun makna yang dikembangkan menjadi suatu objek berkaitan dengan salah satu tujuan dari humas menurut Novianti, dkk (2021, hlm. 16) yang menyatakan bahwa tujuan dari humas adalah membangun, menjaga, serta meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik dan memperbaiki citra tersebut apabila citra menurun atau rusak dikarenakan suatu krisis. Untuk menjalankan pembentukan merek dan citra dibutuhkan media. Media berperan sebagai sarana untuk pembentukan citra dalam ilmu kehumasan.

Menurut Sujanto (2019, hlm. 106) media massa memiliki kekuatan yang cukup signifikan dalam mempengaruhi sikap maupun perilaku masyarakat. Maka dari itu, dibutuhkan pemanfaatan media massa untuk menyebarkan informasi mengenai instansi atau organisasi sehingga dapat khalayak dapat mengetahui keberadaan instansi

tersebut. Film *The Devil Wears Prada* membahas tentang bagaimana alur kerja suatu redaksi majalah membentuk konstruksi sosial melalui isu-isu baru yang dikeluarkan setiap bulannya. Majalah tidak hanya menyajikan hal-hal yang relevan dengan tren saat ini, namun dalam penyusunannya diperlukan riset, perencanaan, pengoordinasian, serta produksi yang juga merupakan fungsi dari PR dalam manajemen Humas menurut Cutlip, dkk dalam Ruslan (2017, hlm. 37).

Meneliti aktivitas humas dalam film ini juga mengkaji bagaimana media berfungsi sebagai agen humas, baik untuk seorang individu maupun untuk merek *Runway* sendiri. Hal ini membuka peluang untuk peneliti menganalisis hubungan simbiotik antara humas dan media. Humas sangat berkaitan dengan media atau yang biasa disebut sarana komunikasi, karena media merupakan alat yang vital untuk menyebarkan sebuah informasi mengenai suatu instansi kepada masyarakat luas. Aktivitas humas yaitu mencakup peran sebagai konseptor, penasehat, komunikator, serta penilai yang dapat diandalkan. Menurut Sujanto (2019, hlm. 103) peran media dalam humas dapat membantu dalam proses komunikasi antara pihak internal dengan publik, meningkatkan citra suatu perusahaan atau organisasi, dan dengan media sebagai sarana komunikasi dapat meningkatkan kredibilitas suatu organisasi dari masyarakat.

Peran media terhadap kesuksesan karir karakter Andrea Sachs juga merupakan salah satu sorotan dalam film, bagaimana ia berubah dari seseorang yang tidak peduli dengan pakaian yang ia pakai ke tempat kerja menjadi seseorang yang memperhatikan penampilannya hingga mengetahui merek-merek desainer kelas atas. Hal ini secara tidak langsung terpengaruhi oleh tekanan sosial yang harus dijalaninya dalam lingkungan kerja yang kompetitif. Film menciptakan sudut pandang bahwa profesionalisme seringkali diukur dari bagaimana cara berpakaian seseorang. Sejalan dengan hal tersebut, media tidak hanya menjadi sarana komunikasi namun juga dapat menjadi alat yang membentuk persepsi masyarakat mengenai profesionalisme dan kesuksesan.

Memahami bahwa representasi dalam film itu penting karena mewakili sekelompok masyarakat, peneliti menemukan beberapa film yang menampilkan aktivitas umas seperti *Jersey Girl (2004)* yang menceritakan tentang peran media sosial dalam membentuk persepsi publik, *The Social Network (2010)* yang

menceritakan tentang dampak dari media sosial pada proses komunikasi, *Our Brand is Crisis* (2015) yang menceritakan tentang pentingnya strategi manajemen krisis pada penjagaan reputasi brand.

Pada tahun ini, *The Devil Wears Prada* dikabarkan akan mempunyai sekuel dari film pertamanya. Kabarnya sekuel dari film ini masih dalam tahap pengembangan awal dibawah pengawasan *Disney*, yang merupakan salah satu perusahaan ternama di industri hiburan. Untuk para aktor dan aktris yang berpartisipasi di film sebelumnya sedang dalam tahap pembicaraan dengan tim produksi untuk membintangi film sekuel. Walaupun masih belum ada konfirmasi dari pihak-pihak terkait namun film sekuel sudah terdaftar di website productionlist.com yaitu website layanan penyidikan produksi film dan serial tv yang berada dibawah naungan Aliansi Industri Film dan Televisi.

Selain kabar sekuel, *The Devil Wears Prada* sebelumnya telah diadaptasi menjadi pertunjukkan teater musikal dan sukses hingga ditampilkan secara perdana di Inggris. Sebelumnya pertunjukkan musikal tayang perdana di Teater James M. Nederlander yang berlokasi di Kota Chicago, bertajuk "*The Devil Wears Prada Musical*" dengan melibatkan Elton John dan Shaina Taub sebagai penulis musik dan lirik. Pada tahun ini, pertunjukkan musikal dengan judul yang sama tayang perdana di Inggris, tepatnya di Teameelihat Dominion, Kota London. Pertunjukkan yang akan ditampilkan di Teater Dominion walaupun mempunyai nama yang sama namun

dikabarkan akan menunjukkan sisi-sisi baru dari pertunjukan musikal yang sebelumnya telah diproduksi dan ditayangkan di Chicago (Rank, 2024).



Gambar 1.2 Pertunjukan Musikal "The Devil Wears Prada " di Chicago (2022) (sumber google.com)



Gambar 1.3 Pertunjukan Musikal "The Devil Wears Prada " di London (2024) (sumber google.com)

Pada penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini adalah jurnal dengan judul "Jhon Fiske Semiotics Analysis In The Theme Of Gender Equality In The

Film “Mulan” membahas mengenai kesetaraan gender pada film Mulan menggunakan metode semiotika John Fiske. Penelitian menemukan terdapat dialog antar tokoh yang terjadi pada film Mulan menyiratkan pesan terkait kesetaraan gender (Khalizah dkk., 2022). Setelahnya ada juga jurnal yang berjudul “Representasi Profesional Public Relations pada Tokoh Bae Ta Mi dalam Drama Korea Search: WWW” membahas mengenai profesionalitas seorang praktisi Humas bernama Bae Ta Mi dalam serial drama Search : WWW menggunakan metode semiotika John Fiske menelaah profesionalitas dari tiga level yaitu realitas, representasi, serta ideologi (R. H. Putri dkk., 2022).

Maka penelitian ini mempunyai urgensi untuk mengidentifikasi serta menganalisis aktivitas humas dalam film *The Devil Wears Prada*. Hingga saat ini, kajian akademis yang secara spesifik menganalisis bagaimana representasi aktivitas kehumasan ditampilkan dalam film tersebut masih terbatas. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana film *The Devil Wears Prada* merepresentasikan praktik kehumasan di media populer dan bagaimana gambaran tersebut dapat memberikan pemahaman baru terkait peran, tantangan, serta strategi humas di industri kreatif. Dengan meneliti film ini peneliti berharap dapat membuka dimensi penelitian tentang pengaruh media terhadap pemahaman kita tentang berbagai profesi.

Peneliti mengharapkan penelitian dapat membantu memahami bagaimana peran humas dijalankan secara implisit melalui pemilihan gaya komunikasi, pengelolaan penampilan, serta penekanan pada eksklusivitas dan kredibilitas yang menjadi identitas utama majalah *Runway*. Identifikasi aktivitas-aktivitas kehumasan yang terjadi selama film akan dibantu dengan menggunakan metode semiotika John Fiske yang terdiri atas 3 level yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi (Vera, 2022). Level realitas yaitu bagaimana suatu kejadian dalam film dapat dianggap sebagai realitas jika memuat unsur-unsur sosial seperti penampilan, pakaian, tata rias, perilaku, ekspresi wajah, gerak tubuh, dan gaya berbicara, sedangkan level ideologi memahami suatu realitas melalui nilai-nilai ideologi tertentu yang terkandung dalam adegan dilihat dari narasi, aksi tokoh, karakter tokoh, dialog antar tokoh, dan latar realitas tersebut.

Level realitas dan level ideologi pada penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi aktivitas kehumasan secara tekstual, serta mengurai bagaimana

representasi tersebut diinterpretasi melalui tanda-tanda sosial dan ideologi yang melatarinya. Dengan penjelasan tersebut maka judul yang diambil untuk penelitian ini adalah “**ANALISIS AKTIVITAS HUMAS DALAM ADEGAN PADA FILM *THE DEVIL WEARS PRADA* MENGGUNAKAN SEMIOTIKA JOHN FISKE**”

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka pertanyaan pada penelitian ini adalah :

1. Apa saja bentuk aktivitas kehumasan dalam film *The Devil Wears Prada* yang dapat diidentifikasi pada level realitas berdasarkan analisis semiotika John Fiske?
2. Bagaimana ideologi yang melatarbelakangi aktivitas kehumasan dalam film *The Devil Wears Prada* dimaknai melalui analisis semiotika John Fiske pada level ideologi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana level realitas aktivitas kehumasan yang ditampilkan di film *The Devil Wears Prada*.
2. Untuk mengetahui bagaimana level ideologi aktivitas kehumasan di film *The Devil Wears Prada*.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti membagi manfaat penelitian menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelian ini yaitu untuk membantu mengembangkan ruang lingkup teori yang digunakan dalam penelitian untuk menginterpretasikan pesan

yang disampaikan pada film. Diharapkan juga, penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk penelitian serupa di masa yang akan datang

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini yaitu untuk memberikan perspektif baru bahwa film dapat diteliti dengan kajian ilmu komunikasi terutama ilmu Humas, serta dapat menjadi pembelajaran mengenai gambaran aktivitas kehumasan dalam dunia profesional.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan									
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Penentuan Topik dan Judul										
2	Penelitian Pendahuluan										
3	Penyusunan Bab 1										
4	Penyusunan Bab 2										
5	Penyusunan Bab 3										
6	Pendaftaran Desk Evaluation										
7	Pengumpulan Data										
8	Pengolahan Data dan Penyusunan Bab 4										
9	Penyusunan Bab 5										
10	Pendaftaran Sidang										
11	Sidang Skripsi										