



Konstruksi Makna Public Relations: Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film *Thank You for Smoking*

Muhammad Rizki Ramadhani¹⁾, Muhammad Jailani²⁾

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Corresponding Author: muhammad0603222093@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menganalisis konstruksi makna profesi Public Relations dalam film *Thank You for Smoking* menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Melalui pendekatan kualitatif, dengan empat adegan terpilih yang menggambarkan praktik komunikasi tokoh utama Nick Naylor dianalisis melalui tiga tahap pemaknaan barthes, yaitu: denotasi, konotasi, dan mitos. Temuan menunjukkan pada level denotatif, Nick Naylor digambarkan sebagai komunikator yang terampil dan terkontrol yang beroperasi di berbagai arena publik, mulai dari acara talk show televisi hingga sidang senat. Pada level konotatif, keterampilan komunikasi tersebut secara konsisten digunakan untuk mengendalikan wacana publik, membingkai ulang isu yang merugikan kepentingan industri, dan mengelola persepsi alih-alih menyampaikan kebenaran faktual. Pada level mitos, film menaturalisasi gagasan bahwa profesionalisme PR identik dengan kemampuan memenangkan argumen, bukan menjunjung standar etika. Penelitian ini menyimpulkan bahwa film sebagai teks budaya secara aktif membentuk cara publik memahami profesi PR.

Kata kunci: Film, Public Relations, Semiotika Roland Barthes.

Abstract

*This study analyzes the construction of meaning surrounding the Public Relations profession in the film *Thank You for Smoking* using Roland Barthes' semiotic analysis. Adopting a qualitative approach, four selected scenes depicting the communication practices of the main character, Nick Naylor, are analyzed through Barthes' three stages of signification: denotation, connotation, and myth. The findings show that at the denotative level, Nick Naylor is depicted as a skilled and controlled communicator operating in various public arenas, ranging from television talk shows to senate hearings. At the connotative level, these communication skills are consistently used to control public discourse, reframe issues that harm industry interests, and manage perceptions rather than convey factual truths. At the level of myth, the film naturalizes the notion that PR professionalism is synonymous with the ability to win arguments rather than upholding ethical standards. This study concludes that film as a cultural text actively shapes how the public understands the PR profession..*

Key words: Film, Public Relations, Roland Barthes' Semiotics.

PENDAHULUAN

Dalam organisasi zaman sekarang, fungsi hubungan masyarakat (PR) sangat krusial dan tidak dapat digantikan, baik di sektor swasta maupun publik. Tanggung jawab PR adalah menjadi penghubung awal untuk menyampaikan dan menerima informasi dari masyarakat mengenai berita terkait organisasi itu. (Chandra et al., 2025).

Dalam lanskap komunikasi publik yang semakin terdigitalisasi, kerja PR semakin tampak

sebagai praktik sosial yang beroperasi di tengah kompetisi narasi. Arus informasi yang bergerak cepat melalui media daring dan media sosial membuat suatu isu mudah viral, diperdebatkan, dan dimaknai ulang oleh publik. Di situasi seperti ini, persoalan sering kali tidak berhenti pada “apa kebijakan atau keputusan institusi”, tetapi bergeser pada “bagaimana kebijakan itu dipresentasikan”, “diksi apa yang dipilih”, “siapa yang menjadi juru bicara”, dan “makna apa yang terbaca oleh khalayak”. Kondisi tersebut menempatkan PR sebagai aktor strategis dalam pengelolaan isu, pemingkai pesan, serta pemulihan legitimasi dan kepercayaan publik (Wang, 2022).

Kerangka normatif profesi PR di Indonesia sendiri menempatkan etika sebagai fondasi penting. Kode etik PERHUMAS, misalnya, menekankan komitmen moral, kejujuran, serta kewajiban menjaga martabat profesi dan melaporkan praktik yang tidak etis melalui mekanisme organisasi (PERHUMAS, n.d.). Di lapangan, norma ini sering berhadapan dengan realitas kerja PR yang kompleks: PR dituntut menjaga citra organisasi, membangun dukungan publik, meredam krisis, dan memenangkan opini sementara publik menuntut keterbukaan, data, dan konsistensi. Ketegangan ini makin kentara saat PR bekerja untuk sektor yang secara sosial dianggap “kontroversial” (misalnya industri rokok), karena pesan PR mudah dibaca sebagai propaganda, spin, atau pembenaran, bukan komunikasi publik yang sehat.

Di sinilah film sebagai artefak budaya populer menjadi penting dalam kajian PR. Film bukan hanya hiburan; ia bekerja sebagai sistem tanda yang memproduksi representasi sosial tentang profesi, nilai, dan relasi kuasa (Prasetya, 2022). Pemahaman publik tentang PR, karena itu, tidak hanya terbentuk dari praktik PR di dunia nyata, tetapi juga dari representasi simbolik dalam media dan budaya populer.

Dalam konteks ini, film *Thank You for Smoking (2005)* menjadi objek yang relevan karena menempatkan tokoh PR/lobbyist industri rokok sebagai pusat narasi dan memperlihatkan strategi persuasi, pemingkai isu, serta pengelolaan opini publik melalui dialog dan adegan-adegan kunci. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa film ini secara eksplisit memuat praktik komunikasi manipulative misalnya teknik *framing dan card stacking* yang dapat dibaca sebagai pelanggaran terhadap prinsip etika profesi PR, sehingga film berfungsi sebagai kritik terhadap praktik PR yang tidak etis (N. R. Putri & Rasyid, 2025).

Meskipun secara normatif profesionalisme Public Relations dibangun atas prinsip etika, tanggung jawab sosial, dan kepentingan publik, dalam praktik representasinya di media populer seringkali muncul gambaran yang ambigu. Film *Thank You for Smoking* menampilkan sosok praktisi Public Relations yang sangat persuasif dalam membela industri rokok yang kontroversial. Representasi tersebut memunculkan pertanyaan akademis mengenai bagaimana makna profesionalisme Public Relations sebenarnya dikonstruksi dalam film: apakah ia direpresentasikan sebagai praktik komunikasi yang sah dan strategis, sebagai bentuk manipulasi, atau sebagai realitas yang berada di wilayah abu-abu etis. Ketegangan antara konsep ideal profesionalisme dan representasi dalam teks film inilah yang menjadi dasar penting penelitian ini, sehingga diperlukan pembacaan kritis melalui pendekatan semiotika Roland Barthes untuk mengungkap makna denotatif, konotatif, hingga mitos yang diproduksi.

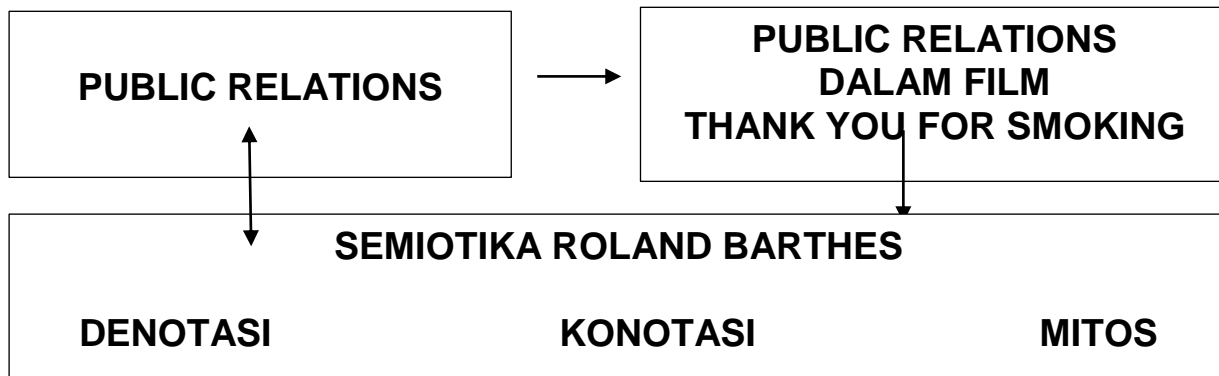
Kajian terdahulu mengenai *Thank You for Smoking* menunjukkan bahwa film ini telah dimanfaatkan sebagai objek untuk menelaah praktik komunikasi strategis, terutama terkait persuasi, pemingkai isu, dan dilema etika yang melekat pada pekerjaan juru bicara/PR. Namun demikian, temuan-temuan tersebut sekaligus mengindikasikan adanya ruang kajian yang belum digarap secara memadai ketika film diposisikan sebagai teks budaya yang secara aktif memproduksi makna tentang profesi PR. Kesenjangan penelitian dalam studi ini, ada pada perbedaan fokus. penelitian ini menempatkan profesi PR sebagai konstruksi makna yang dibangun melalui sistem tanda hingga membentuk mitos profesionalisme.

Urgensi penelitian ini adalah untuk menjelaskan kenapa dan bagaimana film bisa membentuk cara orang memahami profesi PR, terutama soal “profesionalisme”. Di era digital, orang cepat percaya atau cepat marah bukan hanya karena isi kebijakan atau isu, tetapi karena cara isu itu dibungkus: pilihan kata, cara bicara juru bicara, dan bagaimana narasi dibangun. Karena PR

bekerja di wilayah itu, profesi PR sering mudah dicurigai sebagai “spin” atau “manipulasi” ketika publik melihat komunikasi yang terasa menutupi fakta atau sekadar memenangkan opini.

Untuk mengkaji permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Dalam penelitian ini, semiotika Roland Barthes digunakan sebagai alat analisis untuk membaca bagaimana film membangun makna tentang profesi Public Relations (PR), khususnya terkait profesionalisme PR. Data dianalisis pada level tanda yang muncul dalam film, baik tanda verbal maupun audio-visual. Tanda verbal mencakup dialog, pilihan diksi, pernyataan tokoh, serta narasi yang secara eksplisit menggambarkan praktik PR. Sementara itu, tanda audio-visual mencakup gestur, ekspresi, kostum, setting, properti, relasi antartokoh, serta elemen sinematik yang relevan (misalnya framing dan situasi adegan) yang membentuk kesan tertentu tentang PR sebagai profesi. Dengan asumsi Barthes bahwa sistem tanda tidak pernah netral, melainkan membawa nilai dan ideologi, film diperlakukan sebagai teks budaya yang memproduksi makna melalui rangkaian penanda (signifier) dan petanda (signified) yang dapat ditelusuri melalui dua tingkat signifikasi: denotasi dan konotasi, hingga mencapai mitos.

Hubungan antara konsep-konsep utama dalam penelitian ini dapat digambarkan melalui kerangka konseptual berikut. Kerangka ini menggambarkan alur analisis yang bergerak secara bertahap dari objek kajian menuju proses pemaknaan, sehingga pembaca dapat memahami bagaimana setiap elemen penelitian saling terhubung dalam satu kesatuan yang sistematis.



Kerangka konseptual penelitian ini dibangun di atas alur analisis yang bergerak secara linear dan bertahap melalui tiga lapisan utama. Lapisan pertama adalah konsep Public Relations sebagai titik berangkat penelitian PR dipahami bukan hanya sebagai seperangkat teknik komunikasi, melainkan sebagai profesi yang membawa nilai, fungsi strategis, dan standar profesionalisme tertentu yang menjadi patokan dalam membaca representasi yang dihadirkan film. Lapisan kedua adalah Public Relations dalam film *Thank You for Smoking* sebagai objek kajian, di mana profesi PR tidak dihadirkan secara abstrak melainkan dikonstruksi secara konkret melalui karakter Nick Naylor melalui cara ia berbicara, bertindak, berargumentasi, dan berinteraksi di berbagai arena publik. Film inilah yang menjadi teks budaya tempat makna tentang PR diproduksi dan diedarkan kepada penonton. Lapisan ketiga adalah semiotika Roland Barthes sebagai alat analisis yang digunakan untuk membongkar makna yang dikonstruksi film tersebut, bekerja melalui tiga tahap signifikasi yang saling berkelanjutan: denotasi yang membaca makna literal dari tanda-tanda yang tampak dalam adegan, konotasi yang mengungkap makna kultural dan ideologis yang tersembunyi di balik tanda-tanda tersebut, dan mitos sebagai tahap paling dalam di mana makna tentang profesionalisme PR dinaturalisasi menjadi sesuatu yang tampak wajar, logis, dan diterima secara sosial. Ketiga lapisan ini tidak bekerja secara terpisah, melainkan membentuk satu kesatuan analitis yang saling menopang. PR sebagai konsep menjadi landasan pembacaan, film sebagai teks menjadi sumber data, dan semiotika Barthes sebagai kerangka yang memandu peneliti menelusuri bagaimana makna tentang PR dikonstruksi secara berlapis dari permukaan hingga ke akar ideologisnya.



METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengkaji konstruksi makna profesi Public Relations dalam film *Thank You for Smoking*. Subjek penelitian ini adalah adegan-adegan dalam film yang menampilkan praktik komunikasi tokoh utama sebagai representasi PR, yang dipilih secara *purposive* berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri dengan bantuan pedoman analisis berupa konsep denotasi, konotasi, dan mitos, serta didukung oleh dokumentasi berupa potongan adegan, dialog, dan elemen visual film. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi mendalam terhadap film dan studi dokumentasi, dengan mencatat serta mengklasifikasikan tanda-tanda yang muncul dalam setiap adegan yang dianalisis. Teknik analisis data dilakukan secara bertahap melalui pemaknaan denotatif, konotatif, hingga mitos untuk mengungkap makna yang terkandung. Dan dijaga keabsahannya dengan Triangulasi sumber dengan sumber data utama dari adegan-adegan pilihan yang relevan, kajian literatur dan juga penelitian terdahulu yang relevan dari segi fokus penelitian ataupun kesamaan objek yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum masuk ke analisis adegan, penting untuk menegaskan kerangka kerja yang menjadi landasan pembacaan dalam penelitian ini. Konstruksi makna Public Relations dalam konteks ini tidak dipahami sebagai penilaian normatif atas tindakan tokoh apakah ia baik atau buruk sebagai praktisi PR melainkan sebagai proses bagaimana film, melalui sistem tanda yang tersusun dalam adegan, dialog, dan elemen visual, secara aktif membentuk cara pandang tentang apa itu PR dan bagaimana PR bekerja. Dengan kata lain, setiap adegan tidak hanya menampilkan cerita, tetapi juga mengonstruksi makna tentang profesi PR melalui pilihan tanda yang tidak pernah netral. Makna tersebut kemudian bekerja secara berlapis: dari yang paling literal (denotasi), ke yang bersifat kultural dan ideologis (konotasi), hingga yang dinaturalisasi sebagai sesuatu yang tampak wajar dan normal (mitos). Dalam film *Thank You for Smoking*, konstruksi makna PR terpusat pada tokoh Nick Naylor sebagai representasi praktisi PR. Setiap adegan yang menampilkan Nick dalam kapasitas profesionalnya baik di ruang publik, media, maupun institusi politik menjadi ruang di mana tanda-tanda tentang PR diproduksi dan diedarkan. Oleh karena itu, analisis dalam penelitian ini dimulai dari identifikasi penanda dan petanda pada setiap adegan terpilih sebagai fondasi sebelum melanjutkan ke tahap pemaknaan yang lebih dalam

1. **SCENE 1 (05:23-06:26)**

PENANDA DAN PETANDA (SIGNIFIER&SIGNIFIED)

Adegan pertama yang dianalisis berlangsung dalam setting sebuah acara *talk show* televisi yang dipandu oleh Joan Lunden. Dalam konteks konstruksi makna PR, setting ini bukan sekadar latar cerita, melainkan merupakan penanda (*signifier*) yang secara strategis menempatkan Nick Naylor dalam arena komunikasi publik yang paling terbuka dan paling berisiko bagi seorang praktisi PR yakni ruang di mana opini publik dibentuk secara langsung, di hadapan audiens luas, dan berhadapan dengan lawan yang membawa argumen moral yang kuat. Penanda lain yang muncul dalam adegan ini mencakup kehadiran Ron Goodes sebagai aktivis anti-rokok, Robin Williger sebagai anak penderita kanker, cara berbicara Nick yang terstruktur dan tenang, serta pernyataan kampanye senilai 50 juta dolar yang disampaikan di akhir adegan.

Petanda (*signified*) yang dihasilkan adalah gambaran PR sebagai praktik pengendalian wacana publik dalam situasi tekanan moral. Secara lebih spesifik, terdapat dua petanda utama yang dapat diidentifikasi. Pertama, *pengelolaan posisi di bawah tekanan* Nick tidak mundur dari arena yang secara moral merugikannya, melainkan justru menggunakannya sebagai ruang untuk menunjukkan kompetensi komunikasi. Ini mengonstruksi petanda bahwa PR yang profesional adalah PR yang mampu bertahan dan bermanuver dalam situasi yang paling tidak menguntungkan sekalipun. Kedua, *pengalihan fokus isu sebagai strategi PR*



ketika Ron Goodes membawa argumen kesehatan dengan menghadirkan Robin sebagai simbol, Nick tidak merespons pada level yang sama, melainkan menggeser diskusi ke ranah kebebasan individu.

DENOTASI

Secara denotatif, adegan pada menit 05:23 hingga 06:26 menampilkan Nick Naylor sebagai juru bicara industri rokok yang hadir dalam acara *talk show* yang dipandu Joan Lunden, berdiskusi bersama Ron Goodes selaku aktivis anti-rokok dan Robin Williger, seorang anak penderita kanker yang dihadirkan sebagai bukti nyata dampak rokok. Dalam jalannya diskusi, Ron Goodes menyampaikan argumen tentang bahaya rokok dengan merujuk langsung pada kondisi Robin, sementara Nick merespons bukan dengan membantah fakta medis yang disampaikan, melainkan dengan menggeser fokus pembicaraan ke ranah kebebasan individu dalam menentukan pilihan hidup dan menegaskan bahwa tanggung jawab atas dampak rokok tidak sepenuhnya berada pada industri. Di penghujung adegan, Nick menyampaikan bahwa pihak industri akan meluncurkan kampanye senilai 50 juta dolar untuk mencegah remaja merokok, seraya menekankan kepedulian industri terhadap masa depan generasi muda.

KONOTASI

Adegan ini tidak lagi sekadar menampilkan seorang juru bicara yang berdiskusi di televisi, melainkan merepresentasikan sebuah demonstrasi tentang bagaimana PR menggunakan komunikasi bukan sebagai sarana penyampaian kebenaran, tetapi sebagai instrumen pengendalian makna di ruang publik. Kehadiran Robin Williger sebagai penderita kanker secara konotatif menempatkan Nick dalam posisi moral paling tidak menguntungkan yang mungkin dialami seorang praktisi PR berhadapan langsung dengan simbol penderitaan yang disebabkan oleh produk yang ia wakili, namun alih-alih merespons dengan empati atau pengakuan yang secara sosial paling diharapkan, Nick justru menggeser seluruh bingkai diskusi dari ranah kesehatan ke ranah kebebasan individu. Manuver retorik ini tidak dilakukan secara kasar atau defensif, melainkan dengan tenang dan tampak logis, yang secara konotatif mengonstruksi PR sebagai profesi yang kompetensi utamanya bukan pada pengelolaan empati melainkan pada pengelolaan *framing*, kemampuan menentukan bingkai mana yang ditonjolkan dan narasi mana yang dibangun, bahkan di bawah tekanan moral yang ekstrem. Lebih jauh, pernyataan kampanye 50 juta dolar yang disampaikan Nick di penghujung adegan secara konotatif bukan sekadar informasi tentang program industri, melainkan strategi PR yang bekerja pada level persepsi: dengan menyatakan kepedulian industri terhadap generasi muda, Nick sedang mengonstruksi ulang citra industri dari *pihak yang menyebabkan kerusakan* menjadi *pihak yang bertanggung jawab*, mengungkap sebuah logika inti dari konstruksi makna PR dalam film bahwa PR tidak bekerja dengan mengubah realitas, melainkan dengan mengubah cara realitas itu dipersepsikan oleh publik.

MITOS

Pada tahap mitos, adegan ini bekerja menaturalisasi gagasan bahwa keberhasilan seorang praktisi PR diukur dari kemampuannya mengendalikan wacana publik, bukan dari komitmennya pada kebenaran atau tanggung jawab etik. Gagasan ini tidak disampaikan secara eksplisit oleh film, melainkan dinaturalisasi melalui cara film menghadirkan Nick sebagai figur yang kompeten, terkontrol, dan mengagumkan justru karena kemampuannya bertahan dan bermanuver dalam situasi yang paling tidak menguntungkan secara moral dan yang membuat mitos ini bekerja secara efektif adalah bahwa Nick tidak ditampilkan sebagai tokoh yang manipulatif secara kasar, melainkan sebagai sosok yang cerdas dan terampil, atribut-atribut yang dalam kehidupan sehari-hari justru diidentikkan dengan profesionalisme, sehingga film secara halus menaturalisasi persamaan ideologis bahwa *profesional PR = mahir mengendalikan opini*, bukan *profesional PR = bertanggung jawab pada kepentingan publik*.



Gambar 2. Nick di *Talk Show*

2. SCENE 2 (11:15-12:50)

PENANDA DAN PETANDA (SIGNIFIER&SIGNIFIED)

Penanda yang bekerja dalam adegan ini mencakup pertanyaan Joey tentang pemerintah terbaik di dunia, cara Nick merespons bukan dengan memberikan jawaban tunggal melainkan dengan membuka ruang multitafsir, serta intonasi Nick yang tenang dan penuh keyakinan saat menjelaskan bahwa seseorang dapat dianggap benar selama mampu memberikan argumen yang kuat.

Petanda utama yang dapat diidentifikasi dalam adegan ini. Yaitu, internalisasi logika PR sebagai cara berpikir, di mana cara Nick mendidik anaknya mencerminkan bahwa bagi seorang praktisi PR, kebenaran bukanlah sesuatu yang ditemukan melainkan sesuatu yang dibangun melalui argumen yang kuat dan penyampaian yang meyakinkan.

DENOTASI

Secara denotatif, adegan pada menit 11:15 hingga 12:50 menampilkan Nick Naylor yang sedang menemani anaknya, Joey Naylor, mengerjakan pekerjaan rumah di meja makan. Joey mengajukan pertanyaan kepada ayahnya mengenai alasan mengapa pemerintah Amerika dianggap sebagai yang terbaik di dunia. Alih-alih memberikan jawaban yang langsung dan pasti, Nick merespons dengan menjelaskan bahwa pertanyaan tersebut tidak memiliki satu jawaban mutlak karena dapat dijawab dari berbagai sudut pandang, dan bahwa dalam sebuah argumen, seseorang dapat dianggap benar selama mampu memberikan alasan yang kuat dan meyakinkan. Pada tahap denotatif ini, yang tampak adalah sebuah interaksi sederhana antara seorang ayah dan anak dalam suasana rumah tangga yang hangat, percakapan biasa tentang pekerjaan rumah yang kebetulan menyentuh pertanyaan tentang pemerintahan.

KONOTASI

Cara Nick menjelaskan kepada Joey bahwa seseorang bisa terlihat benar selama mampu menyusun alasan yang kuat secara konotatif adalah pengakuan paling jujur tentang cara kerja PR yang selama ini beroperasi di balik layar bahwa yang diperjuangkan bukan kebenaran substansi, melainkan kebenaran persepsi. Lebih jauh, pilihan film untuk menempatkan pengakuan ini dalam konteks hubungan ayah-anak secara konotatif mengonstruksi normalisasi yang jauh lebih kuat dibandingkan jika disampaikan dalam konteks profesional: ketika seorang ayah mengajarkan logika ini kepada anaknya sebagai bekal hidup, film sedang menyiratkan bahwa cara berpikir ini bukan sekadar strategi kerja, melainkan sebuah nilai yang dianggap cukup fundamental dan berharga untuk diwariskan. Dengan demikian, adegan ini secara konotatif mengonstruksi PR bukan sebagai profesi yang memiliki kode etik yang membatasi cara berkomunikasi, melainkan sebagai cara pandang yang menempatkan kemampuan argumentasi di atas segalanya.

MITOS

Adegan ini menaturalisasi gagasan bahwa kebenaran di ruang publik adalah konstruksi argumentatif, bukan substansi faktual, dan bahwa kemampuan membangun argumen yang kuat adalah kompetensi paling fundamental yang harus dimiliki seorang praktisi PR.



Gambar 3. Nick dan Joey Naylor

3. SCENE 3 (28:12-30:10)

PENANDA DAN PETANDA (*SIGNIFIER&SIGNIFIED*)

Adegan ketiga berlangsung dalam setting sebuah restoran dengan suasana makan malam yang santai dan tidak formal, di mana Nick Naylor sedang diwawancarai oleh seorang jurnalis bernama Heather Holloway. Dalam kerangka konstruksi makna PR, perpindahan setting dari ruang publik *talk show* pada adegan pertama dan ruang privat rumah tangga pada adegan kedua ke ruang semi-formal restoran pada adegan ini adalah penanda (*signifier*) yang mengonstruksi dimensi ketiga dari cara PR bekerja: pengelolaan hubungan dengan media dalam suasana yang tampak informal namun sesungguhnya tetap terkalkulasi. Ia adalah penanda bahwa relasi antara PR dan media tidak selalu terjadi di ruang formal dan terstruktur, melainkan juga dibangun dan dikelola melalui kedekatan personal yang tampak alami.

Relasi PR-media sebagai arena konstruksi informasi, di mana suasana wawancara yang informal dan personal mengonstruksi petanda bahwa informasi yang sampai ke publik tidak terbentuk secara netral di ruang redaksi, melainkan dipengaruhi dan diarahkan sejak awal melalui pengelolaan relasi personal antara praktisi PR dan jurnalis.

DENOTASI

Adegan pada menit 28:12 hingga 30:10 menampilkan Nick Naylor yang sedang diwawancarai oleh jurnalis Heather Holloway dalam suasana makan malam di sebuah restoran. Dalam dialog yang berlangsung, Nick menjelaskan bahwa dirinya berperan sebagai mediator yang menjembatani dua pihak dengan kepentingan yang berbeda, menyampaikan jawabannya dengan tenang dan percaya diri sementara Heather mendengarkan dan terus menggali informasi untuk keperluan penulisan beritanya.

KONOTASI

Adegan ini tidak lagi sekadar menampilkan proses wawancara jurnalistik yang biasa, melainkan mengonstruksi sebuah gambaran tentang bagaimana relasi antara PR dan media sesungguhnya bekerja sebagai arena produksi informasi yang tidak pernah netral. Pilihan Nick untuk memosisikan dirinya sebagai "mediator" kepada Heather secara konotatif adalah manuver *reframing* identitas profesional yang sangat terkalkulasi: dengan menghindari label "juru bicara industri rokok" dan menggantinya dengan "mediator", Nick sedang membingkai ulang profesinya agar tampak lebih netral, lebih objektif, dan lebih dapat diterima oleh seorang jurnalis yang secara profesional seharusnya kritis terhadap kepentingan industri. Ini secara konotatif mengonstruksi PR sebagai profesi yang tidak hanya mengelola citra organisasi, tetapi juga secara aktif dan terus-menerus mengelola citra dirinya sendiri dalam setiap interaksi termasuk interaksi yang tampaknya paling informal sekalipun.

MITOS

Mitos, adegan ini menaturalisasi gagasan bahwa informasi yang sampai ke publik tidak pernah terbentuk secara independen, melainkan selalu merupakan hasil dari pengelolaan relasi dan konstruksi makna yang dilakukan oleh praktisi PR jauh sebelum informasi tersebut diterbitkan.



Gambar 4. Wawancara Nick dengan Heather Holloway

4. SCENE 4: (1:19:06-1:23:35)

PENANDA DAN PETANDA (SIGNIFIER&SIGNIFIED)

Dalam kerangka konstruksi makna PR, setting sidang senat adalah penanda (*signifier*) yang paling formal dan paling bertenaga secara institusional dari seluruh adegan yang dianalisis ia menempatkan Nick bukan lagi berhadapan dengan aktivis, anak penderita kanker, atau jurnalis, melainkan berhadapan langsung dengan kekuasaan legislatif negara. Dan petanda (*signified*) dimana PR sebagai instrumen perlawanan terhadap regulasi, di mana kehadiran Nick di sidang senat sebagai perwakilan industri mengonstruksi petanda bahwa salah satu fungsi paling strategis PR adalah menjadi benteng pertahanan kepentingan korporasi di hadapan kekuasaan yang berpotensi mengancam industri melalui regulasi.

DENOTASI

Secara denotatif, adegan pada menit 1:19:06 hingga 1:23:35 menampilkan Nick Naylor yang hadir sebagai perwakilan industri rokok dalam sidang senat yang membahas usulan penambahan gambar tengkorak pada kemasan rokok sebagai simbol peringatan bahaya. Dalam sidang tersebut, Nick menyampaikan argumennya secara logis dan terstruktur, salah satunya dengan mempertanyakan relevansi menambahkan simbol bahaya pada produk yang bahayanya sudah diketahui secara luas oleh masyarakat. Ketika senator menyampaikan bahwa simbol tersebut juga ditujukan untuk anak-anak yang belum memahami bahaya rokok, Nick merespons dengan menegaskan bahwa menginformasikan anak-anak tentang hal-hal berbahaya di dunia adalah tanggung jawab orang tua dan guru, bukan industri, dan bahwa ketika mereka dewasa, mereka akan membuat keputusan secara bijak untuk diri mereka sendiri. Seluruh argumen disampaikan dengan tenang, percaya diri, dan tanpa keraguan di hadapan para senator yang memiliki otoritas legislatif.

KONOTASI

Adegan ini tidak lagi sekadar menampilkan prosedur audiensi legislatif yang formal, melainkan mengonstruksi gambaran paling telanjang tentang bagaimana PR bekerja sebagai instrumen kekuasaan korporasi dalam arena politik. Argumen Nick yang mempertanyakan relevansi simbol peringatan pada produk yang bahayanya sudah diketahui secara konotatif bukan sekadar logika hukum yang netral, ia adalah strategi PR yang bekerja dengan cara membalikkan beban pembuktian. Alih-alih industri yang harus membuktikan bahwa produknya tidak berbahaya, publik dan pemerintahlah yang secara implisit diposisikan harus membuktikan bahwa regulasi tambahan masih diperlukan. Manuver argumentatif ini secara konotatif mengonstruksi PR sebagai profesi yang tidak hanya reaktif dalam merespons tekanan, tetapi juga proaktif dalam membentuk kerangka berpikir di mana kepentingan industri tampak sebagai posisi yang rasional dan bertanggung jawab.

MITOS

Mitos adegan ini menaturalisasi gagasan bahwa dampak sosial dari sebuah industri adalah tanggung jawab individu, bukan tanggung jawab produsen, dan bahwa PR yang profesional adalah PR yang mampu mengartikulasikan logika ini dengan cara yang tampak rasional, adil, dan bahkan progresif di ruang publik yang paling formal sekalipun. Mitos ini adalah yang paling kompleks dan paling bertenaga dari seluruh adegan yang dianalisis, karena ia tidak

hanya menaturalisasi cara kerja PR sebagai profesi, melainkan menaturalisasi sebuah ideologi yang jauh lebih besar tentang hubungan antara korporasi, individu, dan negara. Ketika Nick menyampaikan argumen pengalihan tanggung jawab di hadapan sidang senat dengan cara yang tampak logis dan tidak dapat dengan mudah dibantah dalam kerangka debat formal, film sedang menaturalisasi premis bahwa kebebasan individu adalah nilai yang lebih tinggi dari perlindungan kolektif sebuah ideologi yang secara historis telah menjadi salah satu argumen paling efektif yang digunakan industri-industri kontroversial untuk menghindari regulasi.



Gambar 5. Nick Naylor di sidang senat sebagai perwakilan perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa film *Thank You for Smoking* mengonstruksi makna profesi Public Relations melalui sistem tanda yang bekerja secara berlapis dan kumulatif lintas empat adegan yang dianalisis. Melalui pembacaan semiotika Roland Barthes, ditemukan bahwa pada level denotatif, Nick Naylor secara konsisten dihadirkan sebagai komunikator yang terampil dan terkontrol yang mampu beroperasi di berbagai arena publik dari *talk show* televisi, ruang privat, wawancara media, hingga sidang senat menjalankan fungsi-fungsi dasar PR seperti menyampaikan posisi organisasi, merespons tekanan publik, dan mengelola hubungan dengan media. Pada level konotatif, keterampilan komunikasi tersebut secara konsisten dikaitkan dengan kemampuan mengendalikan *framing*, mengalihkan fokus isu, mengelola citra diri dan organisasi secara strategis, serta membentuk persepsi publik melalui narasi yang terkalkulasi bukan melalui kejujuran substansi. Pada level mitos, film menaturalisasi premis ideologis bahwa profesionalisme PR diukur dari kemampuan memenangkan argumen dan mendominasi wacana publik, bukan dari komitmen etik atau tanggung jawab terhadap kepentingan publik. Mitos ini bekerja secara efektif justru karena tidak disampaikan secara eksplisit, melainkan dinaturalisasi melalui cara film menghadirkan Nick sebagai sosok yang cerdas, terkontrol, dan mengagumkan atribut-atribut yang dalam kehidupan sosial sehari-hari diidentikkan dengan profesionalisme, sehingga ideologi yang tertanam di baliknya tampak wajar dan tidak perlu dipertanyakan. Dengan demikian, film *Thank You for Smoking* tidak hanya bercerita tentang seorang praktisi PR, tetapi secara aktif berfungsi sebagai teks budaya yang memproduksi dan menyirkulasikan konstruksi ideologis tertentu tentang profesi PR konstruksi yang berpotensi memengaruhi cara publik, termasuk calon praktisi, dalam memahami dan mengevaluasi apa yang sesungguhnya dimaksud dengan menjadi seorang PR yang profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajidarma, S. G. (2021). *Negeri senja*. 32, 68–75.
- Apriliany, Lenny, H. (2021). Peran Media Film Dalam Pembelajaran Sebagai Pembentuk Pendidikan Karakter. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang 15-16*, 191–199.
- Ayu, J. D., Anto, D. R. P., Nikmatullah Nur, Yusriani, D., & dkk. (2024). Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 2).



- Chandra, F. S., Dahniel, R. A., & Turino, H. (2025). Penanganan Kasus Viral di Media Sosial oleh Humas Polri. *Brand Communication*, 4(1), 68–76.
- Clementson, D. E., & Beatty, M. J. (2024). Society Frowns Upon Spinning and So Do the Alleged Spin Doctors: Tests of Present and Future Crisis Communicators Responding to Spin in the Media. *Mass Communication and Society*, 27(2), 308–331.
- Dayu, B. S. A., & Syadli, M. R. (2023). Memahami Konsep Semiotika Ferdinand De Saussure dalam Komunikasi. ... : *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 01, 152–164.
- Fatmawati, A., Nabila, E. S., & Adikusuma, N. A. (2025). *Etika Dan Profesionalisme Public Relations : Kunci Membangun Kepercayaan Publik*. 02(04), 2201–2211.
- Fista, B. R. S., & Nugraheni, Y. (2022). Public Relations Officer on Screen: An Analysis of Professional Practices of Public Relations Officers in the Industry. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 92–101.
- Imelda Octaviani. (2024). *Konsep Tauhid Dalam Al-Qur'an: Kajian Semiotika Roland Barthes*.
- Khaira, F., Jamarun, N., & Minawati, R. (2022). Mise En Scene Dalam Film Surat Kecil Untuk Tuhan. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 11(2), 288.
- Khairunnisa, L. F. (2022). Perceptions of PR: A Semiotic Analysis of The “Samantha Syndrome” and its Impact on Indonesian Female Public Relations Students. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 9(2), 89.
- Kurniawan, A., & Wijoyo, S. (2025). Strategic Public Relations for Strengthening Public Trust in Government. *International Research Journal of Business Studies*, 18(1), 43–51.
- M Rodhi Aulia. (n.d.). 5 Poin Klarifikasi Hasan Nasbi soal Teror Kepala Babi ke Tempo. <https://www.metrotvnews.com/read/koGCdyGg-5-poin-klarifikasi-hasan-nasbi-soal-teror-kepala-babi-ke-tempo>
- Musi, S., Rosalinda, M., Zuldhiyailhaq, Aifah, A. N., Islami, M. P. F., Al Khadafi, M. Ri., & Dkk. (2022). *Penulisan Kreatif Public Relations*.
- Nuriarta, I. W., & Ari, I. A. D. K. (2023). *Kajian Semiotika Barthes Pada Kartun Mice Tahun 2022 [Barthes' Study Of Semiotics On Mice Cartoons In 2022] Vol.17 (No.1) 2023*. 17(1), 2579–8146.
- PERHUMAS. (n.d.). *Kode Etik Perhumas*. <https://www.perhumas.or.id/kode-etik-perhumas/>
- Prasetya, L. T. (2022). Representasi Kelas Sosial Dalam Film Gundala (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Jurnal Audiens*, 3(3), 91–105.
- PRSA. (2023). *The Ethical Use of AI for Public Relations Practitioners*.
- Putri, I. M., & Qurniawati, E. F. (2024). Transformasi Etika Dan Strategi Public Relations. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 375–387.
- Putri, N. R., & Rasyid, A. (2025). *THANK YOU FOR SMOKING : ANALYSIS OF PROFESSIONAL CODE OF*.
- Putri, R. H., Rosyidah, S. N., Damayanti, U. D., & Sari, M. (2022). Representasi Profesional Public Relations pada Tokoh Bae Ta Mi dalam Drama Korea Search: WWW. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 4(2), 118.
- Ramadhan, N., Hariyadi, H., & dkk. (2025). Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Representasi Kesakralan Tokoh Paranormal Ed dan Lorraine Warren pada Film The Conjuring 2: The Enfield Poltergeist. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 4(2), 215–235.
- Ruchiat Nugraha, A., Fatma Sjoraida, D., & Novianti, E. (2022). Eksplorasi Opini Publik di Twitter Mengenai Kesejahteraan Sosial pada Masa Pemerintahan Jokowi. *PRofesi Humas*, 6(2), 286–310.
- Santosa, P. (1993). *Ancangan semiotika dan pengkajian susastra*. 143.
- Shin, S., & Burk, N. R. (2024). How Public Relations is Defined: Seven Distinctive Trends. *Business Communication Research and Practice*, 7(1), 1–6.
- Sinaga, D. (2023). *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif)*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Administrasi Dan Metode R&D*. 124, 132–142, 185–193.
- SUGIYONO, P. D. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.



- Urfan, N. F. (2019). Semiotika Mitologis Sebuah Tinjauan Awal Bagi Analisis Semiotika Barthesian. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 45–54.
- Wachid, I. B., Wulandari, M. P., & Nasution, Z. (2024). Navigating ethical challenges in Indonesian digital public relations practices. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 10(2), 267.
- Wang, H. (2022). To Critique Crisis Communication as a Social Practice: An Integrated Framework. *Frontiers in Communication*, 7(May), 1–10.
- Wattimena, G. H. J. A., & Wukir, I. P. (2024). Membedah Mitos Budaya Massa dalam Pilpres 2024: Tinjauan Semiotika Roland Barthes. *SEMIOTIKA : Jurnal Komunikasi*, 18(1), 2579–8146