

ABSTRAK

Judul : Representasi Nilai-Nilai *Public Relations* Dalam Film *Our Brand Is Crisis* (Analisis Semiotika Roland Barthes)
Nama : Ida Kristian Maulina Sinaga
Nim : 20190502225
Konsentasi : Hubungan Masyarakat

film merupakan salah bentuk karya yang dapat berisikan pesan komunikasi kepada penonton untuk suatu kepentingan tertentu, dalam penelitian ini *Our Brand Is Crisis* merupakan suatu film yang menceritakan bagaimana pentingnya peran seorang praktisi public relations dalam membangun citra positif atau hal teknis lain yang harus dilakukan oleh seorang PR. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana nilai-nilai humas direpresentasikan dalam “*Our Brand is Crisis*”. Metodologi kualitatif dikombinasikan dengan metode penelitian deskriptif digunakan untuk melakukan penelitian ini. Sebuah adegan dalam film “*Our Brand Is Crisis*” yang menceritakan strategi kampanye politik Gonzalo Sanchez de Lozada untuk menjadi presiden Bolivia pada tahun 2002 menampilkan nilai-nilai kehumasan selama satu jam empat puluh delapan menit. Data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi. Upaya hubungan masyarakat tim sukses Castillo menggabungkan temuan penelitian tentang nilai-nilai hubungan masyarakat seperti integritas (menjaga kepercayaan), diskusi, transparansi, dan kredibilitas. Hasil penelitian ini memperlihatkan nilai-nilai public relations diantaranya integritas, dialog, transparansi, dan kredibilitas dalam tim sukses Castillo sebagai praktisi Public Relations.

Kata Kunci: Representasi, Nilai PR, Analisis Semiotika, Roland Barthes

ABSTRACT

Judul : Representation of Public Relations Values in the Our Brand Is Crisis Film (Semiotic Analysis of Roland Barthes)
Nama : Ida Kristian Maulina Sinaga
Nim : 20190502225
Konsentasi : Hubungan Masyarakat

film is a form of work that can contain communication messages to the audience for a particular purpose, in this research Our Brand Is Crisis is a film that tells how important the role of a public relations practitioner is in building a positive image or other technical things that must be done by a PR person . The aim of this research is to explain how public relations values are represented in "Our Brand is Crisis". Qualitative methodology combined with descriptive research methods was used to conduct this research. A scene in the film "Our Brand Is Crisis" which tells the story of Gonzalo Sanchez de Lozada's political campaign strategy to become president of Bolivia in 2002 displays public relations values for one hour and forty-eight minutes. Data is collected through observation and documentation. Castillo's successful team public relations efforts incorporate research findings on public relations values such as integrity (maintaining trust), discussion, transparency, and credibility. The results of this research show public relations values including integrity, dialogue, transparency and credibility in Castillo's successful team as a Public Relations practitioner.

Keywords: Representation, PR Value, Semiotic Analysis, Roland Barthes