



Analisis Semiotika Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Film “Cek Toko Sebelah”

Hafizur Kahfi Adnan*¹, Elsa Tabina Siregar²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

hafizur0603202073@uinsu.ac.id¹, elsa0603202074@uinsu.ac.id²

Alamat: Jl. Lap. Golf, Kp. Tengah, Kec. Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara

Korespondensi penulis: hafizur0603202073@uinsu.ac.id*

Abstract. *The movie “Cek Toko Sebelah” directed by Ernest Prakasa, not only presents a family comedy-drama but also provides an in-depth look at public relations (PR) in a business context. Narrating the conflict between two brothers who must manage the family store while facing personal and professional challenges, the movie implies elements of image management, public communication, and customer relationship strategies. This research uses Ferdinand de Saussure's semiotic approach to analyze how semiotic elements in the film depict PR practices. Using qualitative and descriptive analytical methods, this research explores the meaning of signs and symbols in the film and their impact on the audience's understanding of PR. Data was drawn from the movie, script, critics' reviews, and related literature. The results show that the film conveys the conflict between modern and traditional values and changes in individual life priorities through visual and narrative elements, as well as how PR strategies shape the characters' perceptions and interactions with their environment.*

Keywords: *Semiotics, Ferdinand de Saussure, Public Relations, Cek Toko Sebelah*

Abstrak. Film "Cek Toko Sebelah" disutradarai oleh Ernest Prakasa, tidak hanya menyajikan komedi-drama keluarga tetapi juga menyediakan pandangan mendalam tentang hubungan masyarakat (humas) dalam konteks bisnis. Mengisahkan konflik antara dua saudara yang harus mengelola toko keluarga sambil menghadapi tantangan pribadi dan profesional, film ini menyiratkan elemen-elemen pengelolaan citra, komunikasi publik, dan strategi hubungan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure untuk menganalisis bagaimana elemen-elemen semiotik dalam film menggambarkan praktik-praktik humas. Dengan metode analisis kualitatif dan deskriptif analitis, penelitian ini mengeksplorasi makna tanda dan simbol dalam film serta dampaknya terhadap pemahaman penonton tentang humas. Data diambil dari film, naskah, ulasan kritikus, dan literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film ini menyampaikan konflik antara nilai-nilai modern dan tradisional serta perubahan dalam prioritas hidup individu melalui elemen-elemen visual dan naratif, serta bagaimana strategi humas membentuk persepsi dan interaksi karakter dengan lingkungannya.

Kata kunci: Semiotika, Ferdinand de Saussure, Hubungan Masyarakat, Cek Toko Sebelah

1. LATAR BELAKANG

Dalam era modern, film tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan pesan sosial dan budaya. “Cek Toko Sebelah”, sebuah film komedi-drama yang disutradarai oleh Ernest Prakasa, tidak hanya menyajikan cerita keluarga yang mengharukan dan menghibur tetapi juga menawarkan wawasan tentang dinamika hubungan masyarakat dalam konteks bisnis. Film ini mengisahkan tentang konflik antara dua saudara yang harus mengelola toko keluarga sambil menghadapi berbagai tantangan pribadi dan profesional. Meskipun cerita utamanya berfokus pada hubungan keluarga dan bisnis, elemen-elemen yang berkaitan dengan humas, seperti pengelolaan citra, komunikasi publik, dan strategi hubungan pelanggan, secara implisit hadir dalam narasi film.

Dalam analisis semiotika, aspek-aspek seperti simbol, tanda, dan makna yang terkandung dalam film dapat digunakan untuk memahami bagaimana hubungan masyarakat dipresentasikan dan dikelola dalam konteks cerita. “Cek Toko Sebelah” menawarkan bahan yang kaya untuk analisis semiotika dalam hubungan masyarakat, karena film ini menunjukkan berbagai teknik komunikasi dan pengelolaan reputasi yang relevan dalam dunia bisnis.

Pada penelitian kali ini, penulis menggunakan Teori Ferdinand de Saussure, yaitu seorang sarjana Prancis yang terkenal karena kontribusinya dalam memahami struktur tanda-tanda dalam budaya populer, sastra, dan media visual. Dengan menggunakan pendekatan semiotik, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna yang mengandung unsur Hubungan Masyarakat (Humas) pada film “Cek Toko Sebelah” dengan merujuk pada konsep dan metode yang dikembangkan oleh Ferdinand de Saussure.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana elemen-elemen semiotika dalam film “Cek Toko Sebelah” menggambarkan praktik-praktik hubungan masyarakat dan bagaimana film ini dapat memberikan wawasan tentang penerapan teori-teori humas dalam konteks yang lebih ringan namun signifikan secara sosial. Dengan menganalisis tanda-tanda dan simbol-simbol dalam film, artikel ini akan mengidentifikasi dan menginterpretasi representasi humas dalam film serta dampaknya terhadap pemahaman penonton tentang praktik humas dalam kehidupan nyata.

2. KAJIAN TEORITIS

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah film Cek Toko Sebelah. Data tambahan berupa naskah film, ulasan kritikus film, dan literatur terkait mengenai teori semiotika Ferdinand de Saussure juga akan digunakan untuk memperkaya analisis.

Pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Observasi/Menonton Film Secara Mendalam: Film Cek Toko Sebelah akan ditonton secara berulang untuk memahami konteks, karakter, dan situasi yang berkaitan dengan humas.
2. Transkripsi dan Pencatatan: Dialog, tindakan, dan simbol yang relevan akan ditranskripsi dan dicatat. Pencatatan akan difokuskan pada aspek-aspek yang berkaitan dengan bagaimana humas digambarkan dan diterjemahkan dalam konteks film.
3. Studi Literatur: Literatur tentang teori semiotika Ferdinand de Saussure dan konsep-konsep humas akan dikaji untuk memberikan dasar teoretis dalam analisis.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan semiotika berdasarkan teori Ferdinand de Saussure:

1. Identifikasi Tanda: Mengidentifikasi elemen-elemen visual dan verbal dalam film yang dapat dianggap sebagai tanda dalam konteks humas.
2. Penanda dan Petanda: Menganalisis penanda (aspek fisik atau bentuk dari tanda) dan petanda (makna atau konsep yang dikaitkan dengan penanda) dari setiap elemen yang terkait dengan humas.
3. Hubungan Tanda dan Makna: Menilai bagaimana hubungan antara penanda dan petanda membentuk makna yang berkaitan dengan humas dalam film. Fokus akan diberikan pada bagaimana representasi humas dalam film membangun narasi dan memengaruhi persepsi penonton.

Konteks Sosial dan Kultural: Menilai bagaimana konteks sosial dan kultural mempengaruhi interpretasi tanda-tanda yang terkait dengan humas dalam film. Ini mencakup analisis terhadap norma-norma, nilai-nilai, dan ekspektasi yang digambarkan dalam film.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode analisis semiotika digunakan untuk memahami representasi hubungan masyarakat (humas) dalam film *Cek Toko Sebelah*. Teori semiotika Ferdinand de Saussure, yang berfokus pada hubungan antara tanda, penanda, dan petanda, akan diterapkan untuk menganalisis bagaimana elemen-elemen humas digambarkan dalam film tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali makna dan interpretasi dari fenomena yang diteliti, sementara deskriptif analitis memungkinkan penulis untuk menjelaskan dan menganalisis representasi humas dalam film secara mendalam.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks Humas, teori Ferdinand de Saussure dapat menjelaskan bagaimana komunikasi dan simbol membentuk persepsi publik. Saussure menekankan bahwa makna adalah hasil dari perbedaan antara tanda-tanda dalam sistem linguistik. Dalam Humas, ini berarti bahwa bagaimana sebuah pesan disampaikan (signifier) dan bagaimana pesan itu diterima dan dipahami (signified) harus diperhitungkan dengan cermat. Saussure menyebut signifier sebagai bunyi atau coretan bermakna, sedangkan signified adalah gambaran mental atau konsep sesuatu dari signifier. Hubungan antara keberadaan fisik tanda dan konsep mental tersebut dinamakan signification. Dengan kata lain, signification adalah upaya dalam memberi makna terhadap dunia.

Humas menggunakan prinsip ini untuk menciptakan strategi komunikasi yang menyampaikan makna yang diinginkan dengan jelas dan konsisten. Misalnya, dalam kampanye pemasaran, Humas akan memilih kata-kata, gambar, dan simbol yang tepat untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan kepada audiens sesuai dengan citra yang ingin dibangun. Ini juga termasuk memahami konteks dan perbedaan budaya yang dapat mempengaruhi interpretasi pesan.

Ferdinand de Saussure dianggap sebagai pendiri linguistik dan semiotika modern. Teorinya menggunakan landasan strukturalisme dan poststrukturalisme sebagai landasan ilmu yang dihasilkannya. Menurut Ferdinand de Saussure, semiotika adalah ilmu yang mempelajari simbol-simbol dalam kehidupan sosial dan hukum-hukum yang mengaturnya. Hal ini menunjukkan bahwa tanda ini ada hubungannya dengan hukum-hukum yang ada dalam masyarakat. Saussure menekankan bahwa simbol mempunyai makna karena dipengaruhi oleh peran bahasa. Bandingkan dengan bagian lain seperti adat istiadat dan agama.

Film merupakan salah satu cara manusia untuk menyampaikan sebuah pesan dengan mengusung tema hiburan. Film merupakan media komunikasi massa yang memiliki pengaruh besar bagi publik. Itulah sebabnya film berperan penting bagi pendidikan, hiburan informasi, dan pendorong karya kreatif. Karena film menggambarkan realitas kehidupan yang sering dialami orang, pesan yang disampaikannya dapat dengan mudah diserap dan diterima oleh masyarakat. Sebuah karya seni mampu membuat penonton masuk kedalam cerita ataupun khayalan yang disuguhkan, sehingga penonton dapat seolah-olah merasakan apa yang diceritakan film tersebut. Secara umum film memiliki berbagai macam pesan, baik itu merupakan pesan pendidikan, pesan hiburan maupun pesan informasi.

Sumarno dalam bukunya berpendapat bahwa film merupakan suatu alat yang digunakan oleh seniman-seniman khususnya seniman film untuk mengutarakan atau juga menggambarkan suatu ide, gagasan atau pendapat, melalui suatu keindahan yang berwawasan. Pada penelitian ini penulis menyampaikan suatu gagasan yakni dalam sebuah film yang berbentuk sebuah dialog komunikasi yang dituturkan oleh tokoh dalam film tersebut.

Peran Hubungan Masyarakat (Humas) dalam industri film adalah kunci untuk kesuksesan proyek film. Humas membantu membangun, mengelola, dan memelihara citra film dan tim di baliknya, serta berinteraksi dengan berbagai pihak untuk memastikan bahwa film mendapatkan perhatian dan dukungan yang diperlukan. Humas memiliki 9 peran dalam konteks film.

Strategi pemasaran dan promosi, humas bekerja sama dengan tim pemasaran untuk merancang dan melaksanakan strategi promosi film. Ini termasuk mengatur kampanye iklan,

membuat materi promosi, dan merencanakan peluncuran film. Humas memastikan bahwa film mendapatkan eksposur yang optimal melalui berbagai saluran, seperti media sosial, majalah, dan acara. Pengukuran efektifitas iklan bukanlah hal yang mudah, terkadang sukar dan mahal untuk dilakukan, termasuk didalamnya iklan product placement. Walaupun demikian efektifitas akan hasil dari riset ini diperlukan untuk mengetahui sebuah iklan tersebut berhasil atau tidak diluncurkan.

Manajemen hubungan media, humas bertanggung jawab untuk membangun dan memelihara hubungan dengan media. Ini termasuk mengatur konferensi pers, wawancara dengan anggota pemeran dan kru, serta mengirimkan siaran pers tentang berita dan perkembangan film. Humas juga menangani permintaan media dan memastikan bahwa film mendapatkan liputan yang positif.

Penyusunan materi publikasi, humas menyusun dan mendistribusikan berbagai materi publikasi, seperti siaran pers, biografi pemeran dan sutradara, serta informasi terkait film. Mereka juga sering menyiapkan materi untuk kit pers yang digunakan untuk memberikan informasi lengkap kepada jurnalis dan wartawan. Organisasi acara dan premiere, humas mengatur dan mengelola acara terkait film, seperti premiere, festival film, dan screening khusus. Ini termasuk mengundang tamu, menyusun jadwal acara, dan memastikan bahwa semua detail logistik diurus dengan baik untuk menciptakan kesan positif.

Manajemen krisis, jika terjadi masalah atau kontroversi terkait film, Humas bertindak untuk menangani situasi tersebut dengan cara yang efektif. Ini melibatkan penyusunan pernyataan publik, berkoordinasi dengan media, dan merespons masalah secara transparan untuk melindungi reputasi film dan tim di baliknya. Kampanye media sosial, humas mengelola kampanye media sosial untuk film, termasuk membuat konten yang menarik, berinteraksi dengan penggemar, dan memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan film. Media sosial adalah saluran penting untuk membangun buzz dan keterlibatan dengan audiens. Adapun beberapa hasil yang telah di lalui ketika mengikuti kerja praktik ini di antaranya mendapatkan portofolio untuk diberikan kesempatan edit poster daripada film yang akan tayang, mendokumentasikan acara terbesar ketika film akan release yaitu acara Gala Premiere. Diberikan kesempatan juga untuk menghadiri media visit bertujuan untuk mempromosikan film baru yang akan tayang sesuai dengan tanggal yang di tentukan media tersebut memberikan kita konten untuk upload di sosial media mereka masing-masing.

Interaksi dengan penggemar, humas berperan dalam membangun dan memelihara hubungan dengan penggemar film. Ini termasuk mengelola acara bertemu penggemar,

menyusun konten yang menarik, dan merespons umpan balik atau pertanyaan dari audiens. Pengaturan penayangan dan distribusi, humas juga bekerja dengan distributor film untuk mengatur jadwal penayangan dan memastikan bahwa film ditayangkan di bioskop, festival film, dan platform streaming yang relevan. Mereka juga dapat berkoordinasi dengan pihak ketiga untuk promosi tambahan dan kegiatan pemasaran.

Secara keseluruhan, Humas dalam industri film berperan sebagai penghubung antara film dan publik, media, serta pemangku kepentingan lainnya. Mereka bekerja untuk memastikan bahwa film mendapatkan perhatian yang tepat dan bahwa citra film dan tim di baliknya tetap positif dan menarik.

Analisis semiotika Ferdinand de Saussure dalam film "Cek Toko Sebelah" dapat dilakukan dengan memanfaatkan konsep-konsep kunci dalam teori semiotika Saussure, terutama mengenai *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda), serta hubungan antara tanda-tanda dalam sistem linguistik. Berikut adalah analisis berdasarkan teori Saussure:

 	<p>1. Signifier dan Signified</p> <p>Toko Kelontong:</p> <ul style="list-style-type: none">• Signifier: Toko kelontong sebagai elemen visual dalam film, termasuk ruang fisiknya, produk-produk yang dijual, dan interaksi di dalamnya.• Signified: Toko kelontong melambangkan nilai-nilai tradisional, keluarga, dan warisan budaya. Ini juga mengisyaratkan sebuah cara hidup yang lebih sederhana dan terhubung dengan akar budaya dan sejarah keluarga. <p>Karakter Erwin:</p> <ul style="list-style-type: none">• Signifier: Penampilan, perilaku, dan dialog Erwin yang menggambarkan seorang pengusaha sukses yang hidup di kota besar.• Signified: Erwin melambangkan modernitas, ambisi, dan konflik antara
---	--

	<p>karir profesional dan tanggung jawab keluarga. Ia juga mewakili pergeseran nilai-nilai dalam konteks kehidupan urban dibandingkan dengan kehidupan tradisional.</p>
 	<p>2. Relasi Antar Tanda</p> <p>Kota Besar vs Toko Kelontong:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Signifier: Kota besar dan toko kelontong sebagai latar belakang yang berbeda dalam film. • Signified: Kota besar melambangkan kesuksesan, kecepatan hidup, dan individualisme, sedangkan toko kelontong melambangkan komunitas, tradisi, dan keterhubungan keluarga. Perbedaan ini menciptakan ketegangan dan konflik dalam narasi film.
	<p>3. Tanda-tanda Sosial dan Kultural</p> <p>Dialog dan Interaksi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Signifier: Bahasa yang digunakan oleh karakter, cara berbicara, dan interaksi antara karakter. • Signified: Dialog dan interaksi ini mengungkapkan perbedaan antara nilai-nilai modern dan tradisional serta menyampaikan konflik antara keinginan pribadi dan tanggung jawab keluarga. Humor dan cara berbicara Erwin sering kali menggarisbawahi ketidaknyamanan

	<p>dan perjuangannya untuk menyelaraskan kedua dunia tersebut.</p>
	<p>4. Struktur Naratif dan Simbolik</p> <p>Perubahan Karakter:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Signifier: Transformasi karakter Erwin sepanjang film, dari penolakan terhadap tanggung jawab hingga penerimaan. • Signified: Perubahan ini menggambarkan perjalanan simbolis dari penolakan nilai-nilai tradisional menuju penerimaan dan pemahaman akan pentingnya keluarga dan warisan. Mencerminkan dialog antara modernitas dan tradisi, serta penyesuaian individu dengan harapan dan tanggung jawab keluarga.
	<p>5. Konteks dan Interpretasi</p> <p>Setting dan Desain Produksi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Signifier: Desain visual dari toko kelontong, pakaian karakter, dan suasana di lokasi. • Signified: Setting ini memberikan konteks yang membedakan antara kehidupan yang sederhana dan penuh makna dalam keluarga, serta kehidupan yang sibuk dan materialistik di kota besar.

Dengan menggunakan pendekatan semiotika Saussure, kita dapat memahami bagaimana elemen-elemen visual, dialog, dan struktur naratif dalam "**Cek Toko Sebelah**" menyampaikan makna yang lebih dalam mengenai konflik antara nilai-nilai modern dan tradisional, serta pergeseran dalam prioritas hidup seorang individu.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari pembahasan ini adalah bahwa pendekatan semiotika Saussure membantu kita memahami bagaimana "**Cek Toko Sebelah**" menggunakan elemen-elemen visual, dialog, dan struktur naratif untuk mengungkapkan konflik antara nilai-nilai modern dan tradisional serta perubahan dalam prioritas hidup individu. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana tanda-tanda dalam film menyampaikan makna yang kompleks terkait dengan dinamika sosial dan pribadi.

Film ini menggambarkan dinamika antara individu dan masyarakat serta konflik antara nilai-nilai tradisional dan modern. Melalui pendekatan ini, terlihat bagaimana strategi Humas dalam film berperan dalam membentuk persepsi dan interaksi karakter dengan lingkungannya.

DAFTAR REFERENSI

- Fandy Tjiptono. (2009). *Service marketing: Esensi & aplikasi*. Marknesis.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878–902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.6.878>
- Handiansyah, F., Fadhillah, M. R., Sambora, C. E., Drajat, Z. A., & Fahlapi, R. (2024). Analisa semiotika Ferdinand De Saussure terhadap lirik lagu “Sakura No Hanabiratachi” karya Jkt48. *Jurnal Ilmiah*, 2(6), 655–666.
- Jtik, J., Teknologi, J., Adnan, H. K., & Saragih, M. Y. (2024). Film Moammar Emka’s Jakarta Undercover: Tinjauan framing jurnalistik. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 8(3).
- KRISDIANTONO, V. (2023). Aktivitas tim marketing IDN Pictures dalam promosi film di media sosial. *Jurnal Marketing*, 10(2), 45–60.
- Marselli Sumarno, & Herfan, J. (Eds.). (1996). *Dasar-dasar apresiasi film*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Panuju, R. (2018). *Pengantar studi (ilmu) komunikasi: Komunikasi sebagai kegiatan komunikasi sebagai ilmu*. Kencana.

- Saputri, U. I. (2020). Analisis bentuk tindak tutur direktif dalam dialog film Rembulan Tenggelam di Wajahmu karya Tere Liye. *Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Dan Pengajaran (KIBASP)*, 3(2), 249–260. <https://doi.org/10.31539/kibasp.v3i2.1182>
- Setyadi, M. A., Putri, Y. R., & Putra, A. (2018). Analisis semiotika Ferdinand De Saussure sebagai representasi nilai kemanusiaan terhadap film *The Call*. *eProceedings of Management*, 5(1).
- Siregar, E. T., & Ritonga, M. H. (2024). Analisis pesan moral dalam music video BTS *Life Goes On* (Kajian semiotika Roland Barthes). *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 8(3), 872–879.