

REPRESENTASI PRAKTIK PUBLIC RELATIONS DALAM PENGELOLAAN CITRA POLITIK (Studi Analisis Semiotika dalam Serial Queenmaker 2023)

Vischa Leonita

Universitas Langlangbuana

ARTICLE INFO

Article history:

Received Oktober 2026

Revised Oktober 2026

Accepted Oktober 2026

Available online Oktober 2026

Email:

leonitavischa@gmail.com



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2026 by Author.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis representasi praktik Public Relations (PR) dalam pengelolaan citra politik pada serial drama Korea Selatan Queenmaker (2023) menggunakan semiotika Roland Barthes. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode kualitatif. Sebanyak 22 adegan dipilih secara purposive berdasarkan lima kategori praktik PR, yaitu perencanaan narasi kampanye, pengendalian narasi media, pengelolaan krisis reputasi, lobi politik, dan pembentukan citra. Data diperoleh melalui observasi, dokumentasi, wawancara dengan validator ahli, dan studi kepustakaan. Analisis dilakukan melalui tiga tataran signifikasi Barthes: denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengendalian narasi media merupakan praktik yang paling dominan, yaitu sembilan dari 22 adegan, disusul pengelolaan krisis reputasi sebanyak enam adegan. Pada tingkat denotasi, PR politik direpresentasikan sebagai aktivitas komunikasi yang terencana untuk membentuk dan mempertahankan legitimasi politik. Pada tingkat konotasi, praktik PR tampil sebagai sarana pengelolaan persepsi, negosiasi kekuasaan, dan pengendalian citra. Pada tingkat mitos ditemukan tiga konstruksi ideologis dominan, yaitu mitos kepemimpinan perempuan, mitos agresivitas perempuan, dan mitos peran ganda perempuan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa Queenmaker tidak hanya merepresentasikan PR politik sebagai strategi komunikasi, tetapi juga sebagai mekanisme pembentukan kekuasaan dan reproduksi konstruksi gender dalam budaya politik Korea Selatan.

Kata kunci : Public Relations, citra politik, representasi, Queenmaker, semiotika Roland Barthes

Abstract

This study aimed to analyze the representation of Public Relations (PR) practices in political image management in the South Korean drama series Queenmaker (2023) using Roland Barthes' semiotic approach. The study employed a constructivist paradigm and a qualitative method. Twenty-two scenes were purposively selected based on five categories of PR practice: campaign narrative planning, media narrative control, reputation crisis management, political lobbying, and image building. Data were collected through observation, documentation, expert validation interviews, and literature review. The analysis used Barthes' three levels of signification: denotation, connotation, and myth. The findings showed that media narrative control was the most dominant practice, appearing in nine of the 22 scenes, followed by reputation crisis management in six scenes. At the denotative level, political PR was represented as a planned communication activity aimed at constructing and maintaining political legitimacy. At the connotative level, PR appeared as a means of managing public perception, negotiating power, and controlling political image. At the level of myth, three dominant ideological constructions were identified: the myth of women's leadership, the myth of female aggressiveness, and the myth of women's dual roles. These findings indicate that Queenmaker represents political PR not only as a communication strategy but also as a mechanism for constructing power and reproducing gender constructions within South Korean political culture.

Keywords: Public Relations, political image, representation, Queenmaker, Roland Barthes semiotics

PENDAHULUAN

Queenmaker (2023) merupakan serial drama politik Korea Selatan yang menempatkan praktik komunikasi strategis sebagai bagian penting dari perkembangan cerita. Serial ini mengikuti Hwang Do-hee, seorang ahli strategi komunikasi yang sebelumnya bekerja di Eunsung Group dan kemudian terlibat dalam kampanye Oh Kyung-sook sebagai calon wali kota Seoul. Di

sepanjang narasi, praktik Public Relations (PR) tampil melalui penyusunan narasi kampanye, pengendalian pemberitaan, pengelolaan krisis reputasi, lobi politik, dan pembentukan citra.

Representasi tersebut penting dikaji karena media tidak sekadar memindahkan realitas ke dalam teks, tetapi turut membentuk makna mengenai profesi, kekuasaan, dan relasi sosial. Dalam kajian representasi, bahasa, visual, dialog, dan tindakan tokoh dapat mengonstruksi cara khalayak memahami suatu realitas sosial (Jannah & Nursalim, 2022). Dalam konteks PR politik, komunikasi strategis diarahkan untuk membangun citra, memengaruhi opini publik, serta memelihara hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan (Fakhrana, 2025).

Permasalahan muncul ketika praktik PR yang secara teoretis menekankan komunikasi strategis dan hubungan dengan publik direpresentasikan dalam media hiburan sebagai praktik pengelolaan persepsi dan pertarungan kekuasaan. Queenmaker memperlihatkan bagaimana narasi politik dapat dirancang, diarahkan, dan dikendalikan untuk membentuk legitimasi kandidat. Representasi tersebut juga berkaitan dengan posisi perempuan dalam arena politik Korea Selatan yang masih dipengaruhi norma gender dan warisan nilai konfusianisme (Bahirah, 2023; Kumalasari, 2022).

Penelitian terdahulu mengenai Queenmaker telah membahas Hwang Do-hee sebagai perencana strategis PR melalui semiotika Charles Sanders Peirce (Herawati & Salam, 2024) dan representasi kesetaraan gender melalui semiotika Roland Barthes. Kajian lain membahas profesionalisme PR dalam drama maupun strategi PR dalam film politik. Namun, penelitian yang mengintegrasikan praktik PR politik, pengelolaan citra, mitos ideologis, dan konstruksi gender dalam keseluruhan narasi Queenmaker masih terbatas. Rumpang tersebut menjadi dasar penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana praktik PR dalam pengelolaan citra politik direpresentasikan melalui tiga tataran signifikasi Roland Barthes, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Fokus analisis diarahkan pada lima kategori praktik PR: perencanaan narasi kampanye, pengendalian narasi media, pengelolaan krisis reputasi, lobi politik, dan pembentukan citra.

KAJIAN TEORI

Representasi dalam Cultural Studies Stuart Hall

Representasi dipahami sebagai proses produksi makna melalui bahasa dan sistem tanda. Dalam perspektif Stuart Hall, media tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi turut mengonstruksi realitas melalui pemilihan dan pengorganisasian tanda. Kerangka ini digunakan sebagai perspektif pendukung untuk memahami bagaimana Queenmaker membentuk makna mengenai PR, politik, dan gender.

Semiotika Roland Barthes

Barthes mengembangkan analisis tanda melalui dua tingkat pemaknaan, yaitu denotasi dan konotasi, yang selanjutnya dapat menghasilkan mitos. Denotasi mengacu pada makna literal yang tampak; konotasi mengungkap makna tambahan yang berkaitan dengan nilai, emosi, dan budaya; sedangkan mitos merupakan pemaknaan ideologis yang dinaturalisasi sehingga tampak sebagai sesuatu yang wajar (Barthes dalam Ardiyansyah, 2025). Pendekatan ini digunakan untuk membaca tanda verbal dan visual dalam adegan Queenmaker.

Public Relations Politik dan Citra Politik

PR politik merupakan aktivitas komunikasi strategis yang digunakan aktor politik untuk membangun citra, memengaruhi opini publik, dan memelihara hubungan dengan pemangku kepentingan (Fakhrana, 2025). Citra politik bersifat dinamis sehingga membutuhkan pengelolaan komunikasi yang berkelanjutan (Heryanto, 2018). Dalam penelitian ini, praktik PR dipahami sebagai tindakan komunikasi yang meliputi penyusunan pesan, pengendalian narasi, pengelolaan krisis, lobi, dan pembentukan citra.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode kualitatif dan pendekatan semiotika Roland Barthes. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berupaya memahami makna yang dibentuk melalui tanda visual dan verbal dalam serial, bukan mengukur hubungan antarvariabel secara kuantitatif.

Subjek penelitian adalah serial *Queenmaker* (2023), sedangkan objek penelitian berupa representasi praktik Public Relations dalam pengelolaan citra politik. Dari keseluruhan serial, dipilih 22 adegan secara purposive berdasarkan relevansinya dengan lima kategori praktik PR: perencanaan narasi kampanye, pengendalian narasi media, pengelolaan krisis reputasi, lobi politik, dan pembentukan citra.

Data dikumpulkan melalui observasi dengan menayangkan serial secara berulang, dokumentasi berupa tangkapan layar, transkrip dialog dan catatan elemen visual, studi kepustakaan, serta wawancara dengan validator ahli film. Validator eksternal yang digunakan adalah Adam Setia Nugraha selaku sutradara dan Alfi Rahman selaku scriptwriter sekaligus pengamat film.

Analisis dilakukan melalui tiga tahap pemaknaan Barthes. Pertama, denotasi untuk mengidentifikasi apa yang secara literal ditampilkan dalam adegan. Kedua, konotasi untuk menafsirkan makna sosial, emosional, dan simbolik. Ketiga, mitos untuk mengidentifikasi ideologi atau nilai yang dinaturalisasi melalui representasi tersebut. Keabsahan temuan diperkuat melalui triangulasi teori dengan Stuart Hall, triangulasi sumber melalui penelitian terdahulu dan validator ahli, serta triangulasi metode melalui observasi, dokumentasi, studi kepustakaan, dan wawancara.

HASIL PENELITIAN

Distribusi Unit Analisis

Kategori Praktik PR	Jumlah Adegan	Gambaran Utama
Perencanaan narasi kampanye	3	Penyusunan strategi dan penyampaian pesan kampanye kepada publik.
Pengendalian narasi media	9	Pengarahan pemberitaan dan pembentukan narasi untuk memengaruhi persepsi publik.

Pengelolaan krisis reputasi	6	Klarifikasi, permintaan maaf, bantahan, program, dan mobilisasi dukungan.
Lobi politik	3	Pertemuan tertutup, negosiasi, dukungan politik, dan kepentingan strategis.
Pembentukan citra	1	Penggunaan citra keluarga dan relasi personal untuk memperkuat legitimasi politik.

Makna Denotasi

Pada tingkat denotasi, perencanaan narasi kampanye ditampilkan melalui percakapan strategis di ruang privat dan penyampaian pesan politik di ruang publik melalui pidato serta atribut kampanye. Kandidat menggunakan janji politik, simbol, dan pendekatan emosional untuk membangun dukungan.

Pengendalian narasi media menjadi kategori paling dominan dengan sembilan adegan. Adegan-adegan tersebut menunjukkan penggunaan berita, papan iklan digital, instruksi kepada tim, dan penyusunan narasi untuk membentuk atau menjatuhkan citra kandidat. Media dalam serial tampil sebagai saluran yang dapat diarahkan oleh aktor politik.

Pengelolaan krisis reputasi, yang muncul dalam enam adegan, direpresentasikan melalui klarifikasi, permintaan maaf, bantahan terhadap tuduhan, penawaran komitmen kepada masyarakat, serta mobilisasi dukungan. Lobi politik muncul melalui tiga adegan yang menampilkan pertemuan tertutup, negosiasi dukungan dan pembicaraan mengenai kepentingan politik maupun dana. Pembentukan citra muncul melalui satu adegan yang menampilkan kandidat laki-laki bersama istrinya di hadapan wartawan sebagai bagian dari citra positif.

Makna Konotasi

Pada tingkat konotasi, praktik PR politik tidak lagi sekadar komunikasi teknis, tetapi tampil sebagai sarana mengelola persepsi publik dan mempertahankan legitimasi. Perencanaan kampanye menunjukkan bahwa pesan politik dirancang untuk membentuk kesan tertentu, sedangkan pengendalian media menunjukkan bahwa narasi dapat diproduksi secara strategis sesuai kepentingan aktor politik.

Perbedaan konstruksi berdasarkan gender tampak kuat. Oh Kyung-sook lebih banyak memperoleh legitimasi melalui empati, integritas, keberpihakan kepada masyarakat, dan kedekatan emosional. Sebaliknya, Baek Jae-min lebih sering dibangun melalui otoritas, janji politik, dan citra kepemimpinan. Dalam pengelolaan krisis, tokoh perempuan seperti Seo Min-jung dan Oh Kyung-sook lebih sering dikaitkan dengan identitas keibuan dan moralitas, sementara tokoh laki-laki ditampilkan melalui ketegasan dan kemampuan mengendalikan situasi.

Lobi politik mengandung konotasi bahwa pengaruh politik dibangun melalui negosiasi di balik layar. Dengan demikian, PR politik direpresentasikan sebagai aktivitas yang berada di antara komunikasi, persuasi, dan pertarungan kepentingan. Pembentukan citra juga memperlihatkan bahwa legitimasi politik dapat diperkuat melalui citra keluarga, khususnya keharmonisan relasi pasangan.

Mitos Ideologis

Mitos	Representasi	Makna Ideologis
Mitos kepemimpinan perempuan	Perempuan memperoleh legitimasi melalui empati, moralitas, dan identitas keibuan.	Kepemimpinan perempuan seolah harus memenuhi standar moral dan emosional tertentu.
Mitos agresivitas perempuan	Pengaruh perempuan lebih sering ditampilkan secara halus, tersembunyi, dan terkontrol.	Perempuan dianggap lebih dapat diterima ketika kekuasaan tidak ditampilkan secara agresif.
Mitos peran ganda perempuan	Identitas domestik dan keluarga digunakan untuk mendukung legitimasi politik.	Perempuan dinilai melalui keberhasilan profesional sekaligus pemenuhan ekspektasi domestik.

Hasil keseluruhan menunjukkan bahwa tiga mitos tersebut saling berkaitan. Perempuan memang ditempatkan sebagai aktor penting dalam komunikasi politik, tetapi legitimasi mereka masih dibentuk melalui standar gender yang berbeda dari laki-laki. Pada saat yang sama, keluarga dan identitas domestik dapat dipindahkan dari ranah privat ke ruang publik sebagai bagian dari strategi pencitraan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan 22 adegan, pengendalian narasi media menjadi praktik PR yang paling dominan. Temuan ini memperlihatkan bahwa serial menempatkan kemampuan mengelola informasi sebagai sumber penting dalam persaingan politik. Praktik tersebut sejalan dengan pemahaman PR politik sebagai komunikasi strategis untuk membentuk citra dan opini, tetapi Queenmaker memperluasnya menjadi representasi mengenai bagaimana kekuasaan dapat bekerja melalui pengelolaan makna.

Temuan mengenai pengendalian media juga memperlihatkan pergeseran posisi publik. Publik dalam banyak adegan lebih sering diposisikan sebagai sasaran persuasi yang persepsinya perlu diarahkan daripada sebagai mitra dialogis. Representasi ini memperlihatkan ketegangan antara ideal PR yang menekankan hubungan dengan publik dan praktik dramatik dalam media yang menonjolkan manipulasi narasi sebagai instrumen kompetisi.

Jika dikonfirmasi melalui teori representasi Stuart Hall, temuan semiotika menunjukkan bahwa Queenmaker tidak hanya merefleksikan praktik politik, tetapi aktif membentuk

pemahaman tertentu tentang PR dan gender. Ketika perempuan harus mengaktifkan kembali identitas domestik untuk memperoleh legitimasi, media sedang membangun hubungan antara kepemimpinan perempuan dan moralitas domestik. Demikian pula, ketika strategi perempuan digambarkan lebih halus daripada strategi laki-laki, serial membentuk batas tentang bagaimana perempuan dianggap pantas menggunakan kekuasaan.

Temuan ini memperluas penelitian Herawati dan Salam (2024) yang menunjukkan Hwang Do-hee sebagai praktisi PR profesional melalui empat tahap perencanaan strategis. Penelitian ini tidak berhenti pada karakter Hwang Do-hee, tetapi melihat keseluruhan narasi serial dan mengungkap lapisan ideologis di balik representasi praktik PR. Temuan juga beririsan dengan Chisler dan Paramita (2025) mengenai PR sebagai strategi pembentukan citra dan mitos kepemimpinan, tetapi penelitian ini memberikan konteks lebih spesifik melalui konstruksi gender dan budaya politik Korea Selatan.

Triangulasi teori, sumber, dan metode memperkuat interpretasi penelitian. Hasil wawancara validator mendukung keberadaan konstruksi kepemimpinan perempuan, agresivitas perempuan, dan peran ganda perempuan. Validator juga menekankan pentingnya membaca unsur sinematik seperti angle, framing, dan lighting untuk memperdalam makna konotatif. Dengan demikian, temuan penelitian menunjukkan bahwa representasi PR dalam Queenmaker bekerja pada dua lapis: lapis strategis sebagai praktik komunikasi dan lapis ideologis sebagai pembentuk makna mengenai kekuasaan dan gender.

SIMPULAN

Pertama, secara denotatif praktik PR politik dalam Queenmaker direpresentasikan melalui lima aktivitas utama, yaitu perencanaan narasi kampanye, pengendalian narasi media, pengelolaan krisis reputasi, lobi politik, dan pembentukan citra. Pengendalian narasi media menjadi praktik paling dominan dengan sembilan dari 22 adegan, diikuti pengelolaan krisis reputasi dengan enam adegan.

Kedua, secara konotatif praktik PR tidak hanya berfungsi sebagai komunikasi strategis, tetapi juga sebagai sarana pengelolaan persepsi, negosiasi kekuasaan, dan pembentukan legitimasi. Media direpresentasikan sebagai instrumen yang dapat digunakan untuk membangun maupun meruntuhkan citra politik.

Ketiga, pada tingkat mitos ditemukan tiga konstruksi ideologis utama, yaitu mitos kepemimpinan perempuan, mitos agresivitas perempuan, dan mitos peran ganda perempuan. Ketiga mitos tersebut menunjukkan bahwa perempuan sebagai aktor politik masih direpresentasikan melalui standar moral, emosional, dan domestik yang berbeda dari laki-laki. Dengan demikian, Queenmaker merepresentasikan PR politik sekaligus sebagai mekanisme pembentukan kekuasaan dan reproduksi konstruksi gender.

Saran

Bagi kajian Ilmu Komunikasi, penelitian selanjutnya dapat memperluas objek pada serial atau film politik lain untuk membandingkan representasi PR dan konstruksi gender dalam konteks budaya yang berbeda.

Bagi peneliti selanjutnya, unsur sinematografi seperti angle, framing, lighting, dan komposisi visual dapat dianalisis lebih rinci agar pemaknaan konotatif semakin mendalam.

Bagi industri kreatif, representasi profesi PR dan aktor politik perlu mempertimbangkan dampak ideologis dari penggambaran profesi, kekuasaan, dan gender agar tidak hanya menghasilkan dramatization, tetapi juga representasi yang lebih reflektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F., Evadianti, Y., & Asniar, I. (2021). Public Relations. Ikatan Guru Indonesia.
- Ardiyansyah, B. (2025). Mitologi-Roland Barthes. Dalam A. Wijayanto et al., Transformasi Pengetahuan Sosial dan Kewarganegaraan Menggapai Indonesia Emas 2045.
- Ardriyani, P., Djemat, Y. O., & Tholhah, T. (2025). Diplomasi budaya Korea Selatan ke Indonesia melalui Hallyu pada tahun 2020-2023. *Global Insights Journal*, 1(3).
- AsianWiki. (n.d.). Queenmaker (Netflix).
- Bahirah, H. I. (2023). The effect of the electoral system on women's elections in parliament (Case study of South Korea). *Jurnal Perempuan dan Anak*, 6(1), 1-10. <https://doi.org/10.22219/jpa.v6i1.22238>
- Chisler, Z., & Paramita, S. (2025). Representasi strategi Public Relations dalam film *Our Brand Is Crisis*. *Kiwari*, 4(1), 112-118. <https://doi.org/10.24912/ki.v4i1.33741>
- Fakhrana, Z. N. (2025). Public Relations Politik. Dalam I. Siregar, *Komunikasi Politik Dalam Perspektif Budaya, Psikologi, Teknik Persuasi, PR Politik, Periklanan, Marketing dan Media*. Penerbit Adab.
- Handaka, T. (2016). Analisis Data. Riset Komunikasi. Pusat Kajian Komunikasi Publik.
- Haryono, C. G. (2020). Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi. Jejak Publisher.
- Herawati, H., & Salam, N. E. (2024). Representasi Hwang Do-Hee sebagai perencana strategis Public Relations dalam web drama *Queenmaker*. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 13(2). <https://doi.org/10.35967/jkms.v13i2.7611>
- Heryanto, G. G. (2018). Media Komunikasi Politik. IRCiSoD.
- Ida, R. (2016). Metode Penelitian: Studi Media dan Kajian Budaya. Kencana.
- Jannah, N. L., & Nursalim, M. (2022). Teori representasi dalam pendidikan dasar. Dalam *Antologi Neurosains dalam Pendidikan*. CV Jakad Media Publishing.
- Kim, J. (2020). Political Culture and Behavior. Dalam *Routledge Handbook of Korean Politics and Public Administration*. Routledge.
- Kumalasari, W. (2022). Upaya Korea Women's Association United dalam memperjuangkan kesetaraan gender di ranah politik Korea Selatan. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah*, 6(1), 288-300. <https://doi.org/10.31604/jim.v6i1.2022.288-300>



Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., & Pakpahan, N. S. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134-142. <http://dx.doi.org/10.30829/jai.v11i1.11923>

Lubis, I. A. R., & Rabbani, R. F. (2023). Pencitraan dan identitas politik bagi masyarakat. *Journal of Digital Communication Science*, 1(1), 42-55.

Yaputra, & Sukendro. (2023). Analisis Semiotika Serial Black Mirror The National Anthem (Penjabaran Proses Kerja Public Relations dalam Menangani Krisis).