

Representasi Budaya Organisasi dalam Film *The Internship* Representation of Organizational Culture in The Internship Film

¹Arif Rachmansyah, ²Dr. Anne Maryani, Dra., M.Si.

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

Email: ¹rachmansyah.arif@gmail.com, ²anmar2005@gmail.com

Abstract. The Internship film (2013), displayed scenes that represent corporate culture . The corporate culture adopted in this film is Google. The scenes represented are related to the organizational culture within the Google enterprise. The Internship film tells of two friendly central figures. They just lost their job as salesman then tried to apply to Google companies, and accepted as an internship. That figures are played by Vince Vaughn (Bill McMahon) and Owen Wilson (Nick Campbell). The background is located at Google company, and the film directly represent what is inside the company. The research objective is to find out the representation of organizational culture in The Internship film in terms of reality, representation and ideology. This research method is qualitative with John Fiske's semiotic approach to Google's corporate culture in The Internship Film. Data collection techniques using textual analysis with The Internship film as the object, interviewing two informants and the literature studies. The results of the research explain that in terms of reality, representation and ideology, the film visualized Google to create an organizational culture that can cooperate with the team, not individually. Because Google is basically expecting new recruits based on team building rather than individual work.

Keywords: Reality, Representation, Ideology, The Internship Film.

Abstrak. Film The Internship (2013), menampilkan banyak adegan-adegan yang merepresentasikan budaya perusahaan. Budaya perusahaan yang diangkat dalam film ini adalah Google. Adegan yang direpresentasikan terkait dengan budaya organisasi di dalam perusahaan Google. Film The Internship ini menceritakan dua tokoh sentral yang bersahabat. Kedua orang yang baru kehilangan pekerjaan sebagai salesman kemudian mencoba melamar ke perusahaan Google, dan diterima sebagai karyawan magang. Kedua tokoh tersebut diperankan oleh Vince Vaughn (Bill McMahon) dan Owen Wilson (Nick Campbell). Dengan latar atau set di perusahaan Google, film ini secara langsung merepresentasikan apa yang terdapat di dalam perusahaan tersebut. Tujuan penelitian untuk mengetahui representasi budaya organisasi dalam film The Internship ditinjau dari realitas, representasi, dan ideologi. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan semiotika John Fiske mengenai budaya perusahaan Google dalam Film The Internship. Teknik pengumpulan data menggunakan analisis tekstual dengan objek film The Internship, wawancara dua orang informan dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa secara realitas, representasi, dan ideologi film tersebut secara visual menggambarkan pihak Google menciptakan budaya organisasi yang bisa bekerjasama tim, bukan bekerja secara individu karena pada dasarnya Google mengharapkan penerimaan karyawan baru didasari dengan membangun kerja tim bukan individual.

Kata Kunci : Realitas, Representasi, Ideologi, Film The Internship.

A. Pendahuluan

Film sebagai bentuk seni kompleks dan media komunikasi unik yang pengaruhnya dapat menjangkau seluruh segmen sosial masyarakat. Film dapat memberikan perasaan yang intens dan melibatkan orang secara langsung dan nyata dengan dunia “di luar sana” dan di dalam kehidupan orang lain. Menonton film membawa penonton keluar dari kehidupan sehari-hari dan serasa berada di dunia yang berbeda. Penonton tenggelam ke dalam kehidupan karakter fiksi, pikirannya mulai mengembangkan opini tentang kejadian-kejadian bersejarah dalam film, dan terus terpicu oleh kombinasi warna, cahaya dan suara yang artistik.

Film mengalami banyak perubahan dalam perkembangannya. Dimulai dari film bisu dengan hanya berelemen warna hitam dan putih, hingga kini banyak film yang menggunakan teknologi dan efek yang canggih. Terlepas dari efek dan teknologi yang

digunakan pada sebuah film, film sebagai media juga mampu memberikan efek dan menanamkan paham-paham pada penontonnya. Sebuah film bahkan dapat dijadikan alat propaganda yang mampu mempengaruhi penontonnya secara massal.

Sebuah film yang menyajikan audio visual dengan teknologi yang mutakhir hingga kemudian menghasilkan adegan-adegan yang seolah nyata terjadi di kehidupan masyarakat membuatnya mudah menarik penonton dan secara sadar maupun tidak akan mempengaruhi khalayak yang menontonnya. Film bahkan disebut sebagai media yang memiliki karakteristik yang khas dalam merepresentasikan realitas (Baksin, 2003:18).

Film membawa pesan yang hendak disampaikan dan merepresentasikan sesuatu yang mungkin terjadi di kehidupan nyata. Kemudian hal tersebut dikemas dalam bentuk audio-visual di dalam film. Seperti dalam film *The Internship*, banyak ditampilkan adegan yang merepresentasikan budaya perusahaan. Budaya perusahaan yang tervisualisasikan dalam film ini adalah perusahaan Google. Seperti bagaimana bentuk kantornya, bagaimana para karyawannya bekerja, dan bagaimana budaya perusahaannya tervisualisasi di film tersebut. Dalam hal ini, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai simbol-simbol, dialog-dialog maupun gambar-gambar di dalam film *The Internship* yang menunjukkan ataupun merepresentasikan budaya perusahaan Google. Berdasarkan konteks penelitian yang dijelaskan sebelumnya, maka fokus penelitian ini adalah: “Bagaimana representasi budaya organisasi dalam film *The Internship*?”

Berdasarkan fokus penelitian, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana representasi budaya organisasi dalam film *The Internship* ditinjau dari level realitas?
2. Bagaimana representasi budaya organisasi dalam film *The Internship* ditinjau dari level representasi?
3. Bagaimana representasi budaya organisasi dalam Film *The Internship* ditinjau dari level ideologi?

B. Landasan Teori

Sebagai suatu bentuk komunikasi massa, film bersama radio dan televisi termasuk dalam kategori media massa periodik. Artinya, kehadirannya tidak secara terus-menerus tetapi berperiode dan termasuk media elektronik, yakni media yang dalam penyajian pesan sangat bergantung pada adanya listrik. Sebagai media massa elektronik dan adanya banyak unsur kesenian lain, film menjadi media massa yang memerlukan proses lama dan mahal (Baksin, 2003 : 2).

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. sejak itu, maka merebaklah berbagai penelitian yang hendak melihat kepada dampak film terhadap masyarakat. Dalam banyak penelitian tentang dampak film terhadap masyarakat, hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linier. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (*message*) di baliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya.

Sebuah film yang menyajikan audio visual dengan teknologi yang mutakhir hingga kemudian menghasilkan adegan-adegan yang seolah nyata terjadi di kehidupan masyarakat membuatnya mudah menarik penonton dan secara sadar maupun tidak akan mempengaruhi khalayak yang menontonnya. Film bahkan disebut sebagai media yang memiliki karakteristik yang khas dalam merepresentasikan realitas (Baksin, 2003:18).

Representasi adalah sesuatu yang merujuk pada proses yang dengannya realitas disampaikan dalam komunikasi, via kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasinya (Fiske:

2007 :23). Jadi representasi bisa merupakan penggambaran terhadap suatu realitas yang kemudian dikomunikasikan atau diwakilkan dalam berbagai macam tanda baik dalam bentuk suara dan gambar. Salah satu hasil representasi adalah film, karena film dibuat dari bermacam-macam makna dan tanda yang semuanya memiliki kaitan satu dengan yang lainnya.

Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis adegan berupa gambar maupun suara yang mana menerepresentasikan budaya perusahaan. Budaya perusahaan sendiri merupakan bagian dari budaya organisasi, yaitu seperangkat asumsi atau sistem keyakinan, nilai-nilai dan norma yang dikembangkan dalam organisasi yang dijadikan pedoman tingkah laku bagi anggota-anggotanya untuk mengatasi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal (Mangkunegara, 2005:113).

Adapun analisis tersebut disesuaikan dengan ulasan *Television Codes* atau biasa disebut kode-kode yang digunakan dalam dunia pertelevisian yang dikemukakan oleh John Fiske. Bahwasannya peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televisi telah di-encode oleh kode-kode sosial yang terbagi dalam tiga level yaitu level realitas, representasi, dan ideologi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Setelah peneliti mengumpulkan temuan data adegan-adegan dalam film *The Internship*, kemudian temuan data tersebut akan dianalisis lebih rinci sesuai dengan pembagian kode-kode televisi atau film dari John Fiske. Analisis Fiske ini terdiri dari tiga tahap pengkodean, yaitu tahap realitas, representasi, dan ideologi, atau yang juga dikenal sebagai *The Codes of Television*. Seperti yang sudah digambarkan pada tabel tersebut, pada level realitas dipahami sebagai kode budaya berupa penampilan, pakaian, lingkungan, perilaku, gestur, ekspresi, dialog. Kemudian hal-hal tersebut di-encode secara elektronik melalui *technical codes* (kode-kode teknis) pada level representasi yang meliputi kerja kamera, pencahayaan, musik, dan *sound*. Pada level ketiga, bagaimana peristiwa tersebut diorganisir ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode-kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode-kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial seperti budaya organisasi dalam film *The Internship*.

Pada level realitas, peneliti menemukan lima kode sosial yang muncul dalam film *The Internship*, yaitu kode penampilan, kode kostum, kode lingkungan, kode perilaku, dan kode *expression* (ekspresi). Pada kode penampilan bisa dilihat bahwa peran pada film *The Internship* di mulai dari penampilann perusahaan Google. Adegan Billy dan Nick di kumpulkan di satu ruangan dengan peserta lain yang dipandu oleh Roger Chetty sebagai Kepala Penerimaan Kerja Google, adegan perbandingan pencarian team yang dilakukan Billy - Nick dan Graham Hawtrey, adegan awal kerja team Lyle dengan team Graham Hawtrey dalam pencarian kode *Bug*, adegan perbedaan budaya organisasi kerja team Lyle dengan team Graham Hawtre saat perlombaan olahraga bola, adegan perbandingan motivasi kerja team Lyle dengan team Graham Hawtrey dalam pertandingan bola tangan, adegan perbandingan konflik team Lyle dengan team Graham Hawtrey pada saat mengambil sikap tanggungjawab secara individu.

Penampilan pada film *The Internship* menciptakan ciri khas baik dari peran team Lyle dengan team Graham Hawtrey. Di sini dapat dilihat bahwa ciri khas yang ditonjolkan pada film tersebut adalah cerminan dari budaya organisasi yang diterapkan oleh team itu sendiri. Hal tersebut juga dapat terlihat dari penampilan dengan kostum atau dress yang seragam Graham Hawtrey dimana teamnya memakai kostum yang sama pada pertandingan tes kerjasama dalam permainan bola tangan. Sementara team Lyle

memakai kostum biasa tidak sama layaknya orang yang sedang olah raga. Unsur budaya organisasi yang diterapkan oleh team Lyle dan Graham Hawtrey baik secara kode penampilan, kode lingkungan, *gesture* (gerakan), perilaku, dan kode *expression* (ekspresi), bertujuan untuk mempengaruhi khalayak sebagai penonton agar khalayak penonton lebih mengerti dan lebih memahami budaya organisasi yang diterapkan oleh kedua team dalam menyelesaikan test masuk menjadi karyawan tetap Google.

Kostum atau *dress* yang dipakai oleh tema Lyle dan Graham Hawtrey mengandung pesan dari budaya organisasi yang diterapkannya. Karena kedua team dari semua adegan mempunyai perbedaan kostum mulai dari pecarian tim, sampai penggunaan kostum pada saat tes kerjasama dalam permainan bola tangan. Penggunaan kostum atau *dress* dalam sebuah film secara visual itu tergantung dari faktor lingkungan seperti halnya dalam film ini, dimana setiap adegan mempunyai perbedaan kostum, penampilan, perilaku, ekspresi dari pemeran film itu sendiri.

Setiap film memerlukan lingkungan yang memadai sebagai latar untuk menentukan film tersebut berlokasi dan tema film tersebut diciptakan, artinya jika film tersebut latar lingkungannya tidak sesuai dengan tema film yang diciptakan maka film tersebut belum tentu menarik untuk ditonton oleh khalayak. Pada dasarnya film *The Internship* di ciptakan di lingkungan yang terkenal dengan sebutan *Googliness* atau lingkungan kerja tim yang bukan hanya mengandalkan kepintaran dan kecerdasan melainkan harus menciptakan kerjasama hal tersebut terlihat dari makna warna-warni dari topi peserta calon karyawan tetap sebagai simbol budaya organisasi Google yang tidak hanya mengandalkan kepintaran akan tetapi mengandalkan juga dalam kerja tim.

Pada kode *gesture* (gerakan), lengan dan tangan adalah transmiter utama gestur, meski gerakan-gerakan kaki dan kepala juga penting. Semuanya terkoordinasi erat dengan pembicaraan dan pelengkap komunikasi verbal, ini menunjukkan munculnya emosi umum dan kondisi tertentu. Dan kode *expression* (Ekspresi) yang merupakan perilaku non verbal utama yang mengekspresikan keadaan emosional seseorang. Kedua hal tersebut juga merupakan pendukung aksi-aksi pada aktor di film *The Internship* lainnya. Sementara dialog itu sendiri pada film *The Internship* terdapat dialog-dialog yang mengandung unsur edukasi, *action* yang mengarah kepada budaya organisasi yang diciptakan oleh *team* Lyle dan *team* Graham Hawtrey.

Kemudian pada level representasi, peneliti menemukan 5 kode sosial yang muncul dalam film *The Internship*, yaitu kode *camera* (Kamera), kode *lighting* (pencahayaan), kode *conflict* (konflik), kode musik, dan kode *sound* (suara dan dialog). Pada kode *camera* (kamera), terdapat berbagai jenis pengambilan gambar, yaitu teknik LS (*long shot*), GS (*group shot*), ECU (*extreme close-up*), 2 S (*two shot*), MCU (*medium close-up*). Sang sutradara yang menciptakan sebuah film baik itu film tentang romantis, *action*, humor, dan lain sebagainya akan menggunakan teknik kamera yang berbeda-beda hal tersebut tergantung dari makna atau kepentingan yang di munculkan secara visual oleh sang sutradara. Setiap teknik kamera memunculkan makna pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak dengan tujuan kandungan film yang ditampilkan dapat diterima dengan baik oleh khayak sebagai penontonnya.

Salah satu pada film *The Internship* yang di mana dalam pengambilan visualnya menggunakan kode *camera* (Kamera) dengan teknik LS (*long shot*), GS (*group shot*), ECU (*extreme close-up*), 2 S (*two shot*), MCU (*medium close-up*) yang di mana semua teknik itu secara tidak sadar mengandung makna mengenai budaya organisasi yang dimunculkan oleh setiap pemeran film yang ada didalamnya.

Kode *lighting* dalam sebuah film akan menentukan kualitas visual yang ditampilkan kepada khalayak. Setiap pengambilan cahaya baik itu lampu, maupun

cahaya natural dari alam mempunyai kandungan makna yang ditampilkan oleh sutradara sehingga pencahayaan tersebut dapat menentukan berkualitas atau tidaknya film secara visual. Seperti halnya pada film *The Internship* dalam menentukan dan memperlihatkan pesan visual dari budaya organisasi yang diterapkan baik oleh Google maupun para pemeran hal tersebut bisa dilihat dan disesuaikan dengan teknik pencahayaan sehingga alur cerita yang membahas mengenai budaya organisasi akan terlihat dan dapat dirasakan oleh khalayak penontonnya.

Untuk kode *conflict* (konflik) dalam film sangat penting karena film akan menarik apabila dalam alurnya mempunyai konflik atau permasalahan yang diangkat sehingga dengan adanya kode konflik dalam film akan menciptakan film tersebut mempunyai plot yang dinamis yang membuat khalayak tidak bosan. Sementara dalam film juga harus menggunakan kode musik, dan kode *sound* (suara dan dialog) karena film akan terasa menarik dan dramatis apabila disisipkan musik dan *sound* yang sesuai dengan adegannya.

Dan pada level ideologi, sutradara film *The Internship* secara visualisasi telah memproduksi kritik sosial terhadap budaya organisasi perusahaan yang masih menggunakan gaya kepemimpinan intruksional ataupun otoriter di mana atasan seluruhnya akan mengambil keputusan serta menggunakan kekuasaannya untuk membangun dan memajukan perusahaan atas kehendak secara pribadi ataupun individual. Biasanya karakter pimpinan seperti itu senantiasa akan mengontrol bawahannya atas dasar kehendaknya sendiri sehingga bawahan hanya bisa mengikuti dan melaksanakan pekerjaan harus sesuai dengan keinginan dari pimpinan itu sendiri hal tersebut masih terjadi dalam praktek-praktek nyata dari kebiasaan sehari-hari.

Pada film tersebut ideologi yang ditonjolkan oleh sutradara yaitu membentuk animo penonton bahwa di perusahaan Google setiap orang yang akan melamar ke perusahaan itu harus mempunyai sifat dan sikap *Googliness* yaitu bekerjasama dengan tim yang bukan hanya mengandalkan kepintaran, kecerdasan, kreatif dan inovatif saja. Sutradara dalam filmnya ingin merepresentasikan budaya organisasi yang baik seperti halnya yang dilakukan oleh Billy dan Nick dengan *team Lyle*-nya. Penciptaan skema budaya organisasi dalam film tersebut bisa saja sebagai kritik sosial terhadap budaya organisasi perusahaan sekarang ini, baik mengkritisi kapitalismenya, individualism-nya, ataupun budaya-budaya yang tidak manusiawi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Level realitas, dalam film *The Internship* ditujukan kepada lima kode sosial yang muncul dalam film yaitu kode penampilan, kode kostum, kode lingkungan, kode perilaku, dan kode *expression* (ekspresi). Pada masing-masing kode tersebut bisa dilihat pada penampilan perusahaan Google, serta adegan-adegan yang diperankan oleh Billy dan Nick dari *team Lyle* serta *team Graham* merepresentasikan budaya perusahaan Google yang menuntut kerja sama tim (*googliness*) bagi para karyawannya dalam bekerja.
2. Level representasi, dalam film *The Internship* ditujukan kepada kode pengambilan gambar, kode lighting, kode konflik, kode musik, dan kode dialog. Yang lebih menonjol dalam level ini, pertama pada kode kamera dan lighting yang memvisualkan budaya organisasi yang diterapkan oleh Google serta *team Lyle* maupun *team Graham*.
3. Level ideology, dalam film *The Internship* yaitu gambaran ideologi yang diterapkan oleh sang sutradara yang secara visual mengkritisi budaya organisasi

yang bersifat individualism, serta komunikasi yang bersifat intruksional yang tidak menghargai orang dari usia dan pengalamannya.

Daftar Pustaka

- Baksin, Askurifai. 2003. *Membuat Film Indie itu Gampang*. Bandung: Katarsis.
- Fiske, John. 2007. *Cultural And Communication Studies : Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalan Sutra.
- Mangkunegara. Anwar Prabu, 2005. *Sumber Daya Manusia perusahaan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Robbins, S. P. dan Judge. 2007. *Perilaku Organisasi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.