ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA FILM 'GRAN TURISMO' SEBAGAI MEDIA PEMBENTUK *BRAND IMAGE* PLAYSTATION

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Febriandito Caesar Amadeo

44320010061

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIAKSI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA FILM 'GRAN TURISMO' SEBAGAI MEDIA PEMBENTUK *BRAND IMAGE* PLAYSTATION

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

Febriandito Caesar Amadeo
44320010061

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIAKSI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febriandito Caesar Amadeo

NIM : 44320010061

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Periklanan Dan Komunikasi Pemasaran

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA FILM 'Gran Turismo' SEBAGAI MEDIA PEMBENTUK Brand Image Playstation" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 27 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Febriandito Caesar Amadeo)

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
AKREDITASI UNGGUL

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama	:	Febriandito Caesar Amadeo
NIM	:	44320010061
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	:	Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Dengan judul "ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA FILM 'GRAN TURISMO' SEBAGAI MEDIA PEMBENTUK BRAND IMAGE PLAYSTATION" ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 3 September 2026,didapatkan nilai persentase sebesar 21%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 September 2026
Administrator Turnitin

Rizki Agustin. M.I.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http://www.mercubuana.ac.id, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Febriandito Caesar Amadeo
NIM	:	44320010061
Fakultas/Program Studi	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir	:	Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Film 'Gran Turismo' Sebagai Media Pembentuk Brand Image Playstation

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 22 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

(Dudi Hartono, M.I.kom)
NIDN/NUPTK:0320037307

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 September 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi	Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)	(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)
NIDN/NUPTK:0318116602	NIDN/NUPTK:0301117301

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul " Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Film 'Gran Turismo' Sebagai Media Pembentuk *Brand Image* Playstation". Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penelitian ini membahas peran film sebagai media komunikasi pemasaran terpadu, khususnya bagaimana elemen-elemen visual dan naratif dalam film "Gran Turismo" dapat berfungsi untuk membangun citra produk melalui pendekatan semiotik. Melalui analisis semiotika berdasarkan teori Charles S. Peirce, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran dan analisis visual.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Pak Prof.Dr.Ir. Andi Adriansyah,M.Eng. selaku rektor Universitas Mercu Buana yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana

lib.mercubuana.ac.id

2. Pak Prof. Dr.Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan dan arahan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini
3. Pak Farid Fachrudin, STP, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan selama proses studi.
4. Pak Dudi Hartono, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir dan juga Dosen Pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, dukungan, serta ilmu pengetahuan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan dukungan yang tak ternilai harganya.
6. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah menjadi teman diskusi dan berbagi ilmu selama proses penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk pengembangan penelitian di masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca, khususnya yang tertarik dalam bidang komunikasi pemasaran dan analisis semiotika.

Akhir kata, semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

Jakarta, 27 Agustus 2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Febriandito Caesar Amadeo
NIM	:	44320010061
Fakultas/Program Studi	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir	:	ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA FILM 'GRAN TURISMO' SEBAGAI MEDIA PEMBENTUK BRAND IMAGE PLAYSTATION

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 27 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Febriandito Caesar Amadeo)

lib.mercubuana.ac.id

ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA FILM 'GRAN TURISMO' SEBAGAI MEDIA PEMBENTUK *BRAND IMAGE* PLAYSTATION

Febriandito Caesar Amadeo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pembentukan brand image PlayStation melalui film Gran Turismo sebagai media komunikasi pemasaran non-konvensional dengan menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce dan konsep brand image Kevin Lane Keller. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Analisis dilakukan terhadap tiga scene terpilih, yaitu Scene 1 pada timestamp 00:38–00:53, Scene 2 pada timestamp 02:49, dan Scene 3 pada timestamp 31:34–33:44. Analisis semiotika menggunakan hubungan triadik Peirce yang terdiri atas representamen, object, dan interpretant. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Scene 1 menggunakan representamen berupa qualisign melalui kualitas visual, dominasi warna biru, karakter ikonik, dan nuansa futuristik yang memperkenalkan identitas PlayStation sebagai brand modern dan inovatif. Sementara itu, Scene 2 dan Scene 3 menggunakan representamen berupa sinsign yang menampilkan pengalaman konkret simulasi Gran Turismo serta GT Academy sebagai penghubung antara dunia virtual dan balap profesional. Object pada ketiga scene dikategorikan sebagai symbol, sedangkan interpretant dikategorikan sebagai argument, yang menghasilkan pemahaman bahwa PlayStation tidak hanya merupakan platform hiburan digital, tetapi juga mampu menghadirkan pengalaman simulasi yang realistis dan memiliki relevansi dengan dunia nyata. Berdasarkan konsep brand image Keller, proses semiosis tersebut membentuk tiga dimensi asosiasi merek, yaitu strength, uniqueness, dan favorability. Dengan demikian, film Gran Turismo membangun brand image PlayStation melalui strategi brand storytelling yang berlangsung secara bertahap, mulai dari pengenalan identitas visual, pengalaman produk, hingga pembuktian nilai merek melalui hubungan dengan dunia balap profesional.

Kata kunci: Semiotika Peirce, Brand Image, PlayStation, Gran Turismo, Brand Storytelling.

lib.mercubuana.ac.id

CHARLES SANDERS PEIRCE'S SEMIOTIC ANALYSIS OF THE FILM 'GRAN TURISMO' AS A MEDIUM FOR BUILDING PLAYSTATION'S BRAND IMAGE

Febriandito Caesar Amadeo

ABSTRACT

This study aims to analyze the formation of PlayStation's brand image through the film Gran Turismo as a non-conventional marketing communication medium using Charles Sanders Peirce's semiotic theory and Kevin Lane Keller's concept of brand image. This study employs a qualitative approach with a constructivist paradigm. The analysis focuses on three selected scenes: Scene 1 at timestamp 00:38–00:53, Scene 2 at timestamp 02:49, and Scene 3 at timestamp 31:34–33:44. The semiotic analysis applies Peirce's triadic relationship consisting of representamen, object, and interpretant. The findings indicate that Scene 1 uses a representamen in the form of qualisign through visual qualities, the dominance of blue, iconic characters, and a futuristic atmosphere that introduces PlayStation's identity as a modern and innovative brand. Meanwhile, Scenes 2 and 3 use representamen in the form of sinsign, presenting concrete experiences of Gran Turismo simulation and GT Academy as a connection between the virtual world and professional motorsports. The object in all three scenes is categorized as symbol, while the interpretant is categorized as argument, resulting in an understanding that PlayStation is not merely a digital entertainment platform but also a brand capable of providing realistic simulation experiences with relevance to the real world. Based on Keller's concept of brand image, the semiosis process forms three dimensions of brand associations: strength, uniqueness, and favorability. Thus, the film Gran Turismo builds PlayStation's brand image through brand storytelling that develops progressively, from the introduction of visual identity and product experience to the demonstration of brand value through its connection with professional motorsports.

***Keywords**: Peirce Semiotics, Brand Image, PlayStation, Gran Turismo, Brand Storytelling.*

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....0

HALAMAN JUDUL.....i

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....ii

PERNYATAAN SIMILIARITY CHECK.....iii

HALAMAN PENGESAHAN.....iv

KATA PENGANTAR.....v

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....vii

ABSTRAK.....viii

ABSTRACT.....ix

DAFTAR ISI.....x

DAFTAR TABEL.....xiii

DAFTAR GAMBAR.....xiv

DAFTAR LAMPIRAN.....xv

BAB I.....1

PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Fokus Penelitian.....8

1.3 Tujuan Penelitian.....9

1.4 Manfaat Penelitian.....9

BAB II.....11

TINJAUAN PUSTAKA.....11

lib.mercubuana.ac.id

2.1 Penelitian Terdahulu 11
2.2 Kajian Teoritis 29
2.2.1 Komunikasi 29
2.2.2 Komunikasi Massa 30
2.2.3 Film 31
2.2.4. Komunikasi Merk 36
2.2.5. Narasi Visual 37
2.2.6. Analisis semiotika 38
2.2.7. Game Virtual dan Simulasi Digital 44
2.2.7.1 Aspek Game Konsol 45
2.2.8 Otomotif 45
2.2.9 Balapan sebagai olahraga 46
2.2.10 *Brand Image* 47
2.2.10.1 Dimensi *Brand Image* 48
2.2.10.2 *Brand Image* dalam Perspektif Komunikasi 48
2.2.10.3 *Brand Image* dalam Perspektif Semiotika Peirce 48
BAB III 50
METODOLOGI PENELITIAN 50
3.1 Paradigma penelitian 50
3.2 Metode Penelitian 51
3.3 Unit Analisis 53
3.3.1 scene 53
3.4 Teknik Pengumpulan Data 56

lib.mercubuana.ac.id

3.4.1 Data Primer 56
3.4.2 Data Sekunder 57
3.5 Teknik analisis data 57
BAB IV 63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 63
4.1.1 Playstation 63
4.2 Hasil penelitian 67
4.3 pembahasan 77
BAB V 82
KESIMPULAN DAN SARAN 82
5.1 Kesimpulan 82
5.2 Saran 83
5.2.1 Saran Akademis 83
5.2.2 Saran Praktis 85
DAFTAR PUSTAKA 88
LAMPIRAN 92

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 18

Tabel 2.2 klasifikasi tanda Charles Sanders Peirce 39

Tabel 3.1 unit analisis *scene* film Gran Turismo.....54

Tabel 4.1 Tokoh yang terlibat……..64

Tabel 4.2 *cast* dan karakter pada film……...66

Table 4.3 Scene 1……67

Tabel 4.4 Scene 2……69

Tabel 4.5 Scene 3……72

Tabel 4.6 Hasil Temuan……74

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Scene film Gran Turismo……..…..……3

Gambar 2.1 Segitiga Makna *(Triangle Of Meaning*).....…….……...42

Gambar 4.1 Logo Playstation.....…….….....63

Gambar 4.2: Poster Film Gran Turismo.....….....64

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi data awal (pra penelitian)…….….92

Lampiran 2. Pedoman Observasi……..…94

Lampiran 3. CV (Curicculum Vitae)…….……..97

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id