BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Playstation



Gambar 4.1 Logo Playstation
(Sumber: Wikipedia)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Playstation adalah merek perangkat hiburan dan konsol game yang dikembangkan dan dipasarkan oleh Sony Interactive Entertainment, anak perusahaan dari Sony Corporation. Diluncurkan pertama kali pada tahun 1994 di Jepang, Playstation telah menjadi salah satu merek konsol game terkemuka di dunia, dikenal karena inovasinya dalam teknologi gaming, pengalaman bermain yang mendalam, dan katalog game yang luas. Hingga saat ini, Playstation telah merilis beberapa generasi konsol, termasuk Playstation (PS) 1, PS2, PS3, PS4, dan yang terbaru, PS5

4.1.2 Film Gran Turismo

lib.mercubuana.ac.id

Gambar 4.2: Poster Film Gran Turismo

(Sumber: Ngopi Bareng.id)



1. Detail Film

Tabel 4.1 Tokoh yang terlibat

Sutradara	Neill Blomkamp
Produser	Doug Belgrad Asad Qizilbash Carter Swan Dana Brunetti
Penulis Cerita	Jason Hall Alex Tse

lib.mercubuana.ac.id

Pemeran	David Harbour Orlando Bloom Archie Madekwe Darren Barnet Djimon Hounsou

2. Sinopsis Film

Film "Gran Turismo" adalah sebuah drama olahraga berdasarkan kisah nyata, yang disutradarai oleh Neill Blomkamp dan dirilis pada tahun 2023. Film ini menggabungkan elemen kompetisi balap, perjuangan individu, dan teknologi simulasi game, menjadikannya karya yang memadukan dunia nyata dan dunia virtual.

Cerita berfokus pada Jann Mardenborough, seorang remaja yang memiliki impian besar menjadi pembalap profesional. Jann adalah pemain game Gran Turismo yang sangat berbakat, sebuah simulasi balap realistis yang dirilis secara eksklusif untuk platform Playstation. Kesempatan emas muncul ketika Nissan, bekerja sama dengan Playstation, mengadakan program GT Academy, sebuah kompetisi global yang memungkinkan para pemain game terbaik dari seluruh dunia untuk beralih menjadi pembalap profesional.

Jann berhasil lolos ke tahap final GT Academy setelah menunjukkan keahlian luar biasa dalam simulasi balap. Namun, perjalanan dari pemain game menjadi pembalap sungguhan tidaklah mudah. Ia harus menghadapi tantangan fisik, emosional, dan teknis di dunia balap profesional yang penuh tekanan. Di bawah bimbingan Jack Salter, seorang mantan pembalap yang keras tetapi berdedikasi, Jann berjuang untuk membuktikan bahwa kemampuan balap yang ia kembangkan di dunia virtual dapat diterapkan di lintasan nyata.

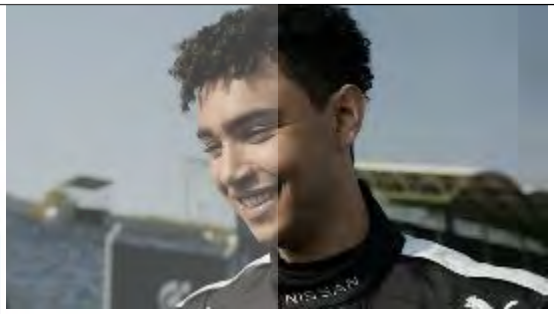
Film ini menyoroti perjalanan Jann dari seorang remaja biasa menjadi salah satu pembalap termuda yang bersaing di ajang balap bergengsi seperti 24 Hours of Le

lib.mercubuana.ac.id

Mans. Kisah ini juga menampilkan hubungan emosional antara Jann dan keluarganya, yang awalnya skeptis terhadap pilihannya untuk meninggalkan jalan hidup konvensional demi mengejar mimpinya.

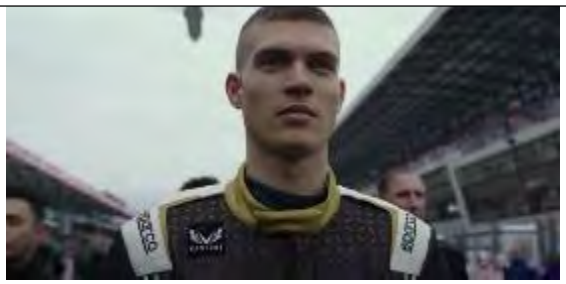
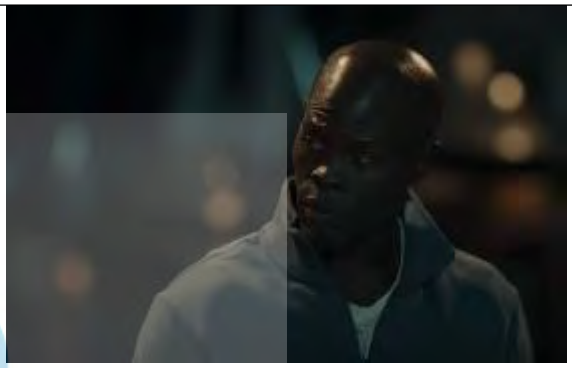
3. Pengenalan Karakter

Tabel 4.2 *cast* dan karakter pada film

Jann Mardenborough sebagai: Archie Madekwe	
Jack Salter Sebagai: David Harbour	
Danny Moore Sebagai: Orlando Bloom	

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

Nicholas Capa Sebagai: Josha Stradowski	
Steve Mardenborough Sebagai: Djimon Hounsou	

4.2 Hasil penelitian

Table 4.3 Scene 1

Scene 1 (Time stamp 00:38 - 00:53) 
Adegan: adegan dalam Scene ini menampilkan beberapa karakter dari berbagai game yang berkumpul dalam satu ruang dengan dominasi warna biru dan pencahayaan yang terasa futuristik. Posisi karakter yang mengarah ke satu titik pusat membuat visualnya terlihat fokus dan dramatis. Perbedaan desain tiap karakter menunjukkan keberagaman dunia game, tetapi

lib.mercubuana.ac.id

tetap terasa menyatu dalam satu ruang. Suasana yang dibangun memberi kesan seperti berada di dalam dunia virtual yang saling terhubung.

Representament:

Representamen dalam scene ini termasuk **qualisign**, karena tanda yang ditampilkan lebih menekankan pada kualitas visual yang membangun makna. Dominasi warna biru, pencahayaan neon, suasana futuristik, serta tampilan karakter-karakter game menciptakan kesan modern, digital, dan futuristik. Kualitas visual tersebut menjadi bentuk tanda yang pertama kali ditangkap oleh penonton dan secara tidak langsung mengarahkan mereka untuk mengaitkan suasana tersebut dengan identitas visual Playstation. Dengan demikian, makna dalam scene ini dibangun melalui kualitas estetika yang mampu menghadirkan persepsi mengenai inovasi teknologi dan pengalaman bermain yang menjadi karakteristik Playstation.

Object:

Objek dalam scene ini termasuk **simbol**, karena maknanya terbentuk dari kesepakatan bersama di masyarakat. Warna biru, karakter game, dan suasana digital tidak hanya dilihat sebagai tampilan visual, tetapi sudah dipahami sebagai representasi dari Playstation itu sendiri. Artinya, penonton langsung mengaitkan elemen-elemen tersebut dengan brand Playstation dan dunia gaming yang dibawanya.

Interpretant:

Interpretant yang muncul adalah **argument**, yaitu pemahaman yang lebih menyeluruh dari penonton. Penonton tidak hanya melihat kumpulan karakter, tetapi menangkap pesan bahwa Playstation adalah pusat dari berbagai dunia game yang saling terhubung. Scene ini membangun kesan bahwa Playstation menawarkan pengalaman bermain yang luas, beragam, dan imersif, sehingga memperkuat citra brand sebagai salah satu yang paling kuat di industri game.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

Klasifikasi Ikon, Indeks, dan Simbol:

Pada scene ini terdapat ketiga bentuk hubungan tanda dengan object. Ikon terlihat melalui visual karakter game yang memiliki kemiripan dengan karakter yang direpresentasikan. Indeks dapat dilihat dari hubungan antara kemunculan berbagai karakter game dan konteks visual yang menunjukkan keberadaan suatu ekosistem permainan; keberadaan karakter-karakter tersebut menjadi petunjuk terhadap dunia game yang sedang direpresentasikan. Sementara itu, simbol paling jelas terlihat pada logo PlayStation karena maknanya sebagai identitas merek terbentuk berdasarkan konvensi dan pengetahuan yang telah dipahami oleh audiens. Menurut Peirce, ikon berhubungan dengan kemiripan, indeks dengan keterhubungan faktual, sedangkan simbol bergantung pada konvensi atau aturan interpretasi.

Hasil Analisa:

Scene ini menunjukkan bahwa pembentukan brand image PlayStation dimulai melalui pengenalan identitas visual dan keberagaman konten game. Hubungan antara ikon karakter, indeks keberadaan dunia game, dan simbol logo PlayStation menghasilkan pemaknaan bahwa PlayStation bukan hanya sebuah perangkat permainan, tetapi merupakan ekosistem yang menaungi berbagai pengalaman gaming. Dengan demikian, scene ini terutama memperkuat dimensi strength dan uniqueness dalam brand image, karena PlayStation ditampilkan sebagai brand yang memiliki identitas visual dan asosiasi kuat dengan berbagai dunia game.

Tabel 4.4 Scene 2

Scene 2 (02:49 - 02:58)

lib.mercubuana.ac.id



Adegan:

adegan dalam scene ini menunjukan pemeran utama (Archie Madekwe) sedang membuka sebuah "steering wheel" yang merupakan salah satu produk Playstation yang baru saja dipesannya. Komposisi gambar dibuat cukup dekat sehingga perhatian penonton tertuju pada aktivitas bermain simulasi balap. Scene ini memperlihatkan hubungan antara dunia virtual game dengan pengalaman balapan yang terasa realistis.

Representament:

Representamen dalam scene ini termasuk **sinsign**, karena tanda yang ditampilkan hadir dalam bentuk kejadian spesifik di dalam film. Tanda tersebut terlihat melalui penggunaan steering wheel simulator, headset, posisi duduk karakter, serta suasana ruang bermain yang mendukung aktivitas simulasi balap. Elemen-elemen visual ini menjadi bentuk nyata yang secara langsung dapat dilihat penonton dan menunjukkan aktivitas bermain game balap secara realistis.

Object:

Objek dalam scene ini termasuk **simbol**, karena perangkat simulator balap yang digunakan tidak hanya dipahami sebagai alat bermain biasa, tetapi merepresentasikan teknologi simulasi dan pengalaman realistis yang identik dengan Playstation dan game Gran Turismo. Makna tersebut terbentuk melalui pemahaman masyarakat bahwa Gran Turismo dikenal sebagai game simulasi balap yang mengedepankan realisme dan pengalaman mendekati dunia balap nyata.

lib.mercubuana.ac.id

Intepretant:

Interpretant yang terbentuk dalam scene ini adalah **argument**, karena penonton dapat memahami makna yang lebih luas dari sekadar seseorang bermain game. Scene ini membangun pemahaman bahwa game simulasi seperti Gran Turismo mampu menjadi media latihan yang serius dan realistis. Melalui visual simulator balap dan fokus karakter, penonton diarahkan untuk melihat Playstation sebagai brand yang menghadirkan pengalaman bermain yang imersif, realistis, dan bahkan dapat terhubung dengan dunia balap profesional.

Klasifikasi Ikon, Indeks, dan Simbol:

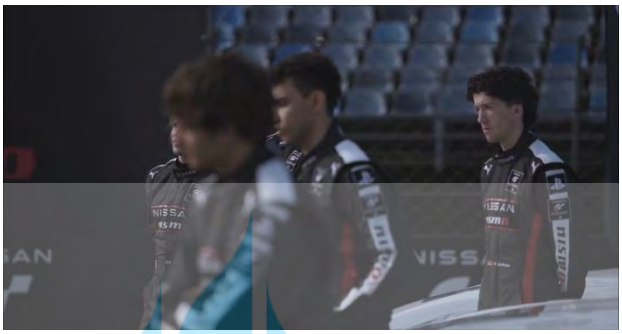
Bentuk ikon dapat dilihat pada tampilan visual kendaraan dan lintasan dalam Gran Turismo yang memiliki kemiripan dengan objek yang direpresentasikan, yaitu kendaraan dan lingkungan balap. Bentuk indeks terlihat melalui penggunaan steering wheel, headset, serta posisi tangan dan tubuh karakter yang secara langsung menunjukkan aktivitas bermain dan simulasi mengemudi. Sementara itu, bentuk simbol terdapat pada logo PlayStation dan identitas Gran Turismo karena makna keduanya sebagai identitas brand dan produk game diperoleh melalui konvensi yang telah dipahami oleh audiens. Klasifikasi tersebut menunjukkan bahwa satu scene dapat mengandung lebih dari satu jenis hubungan tanda dengan object.

Hasil Analisa:

scene ini berperan dalam membangun *Brand Image* Playstation sebagai brand yang identik dengan inovasi teknologi, realisme simulasi, dan pengalaman bermain yang mendalam. Melalui representasi perjalanan tokoh utama dari pemain game menjadi pembalap profesional, film memperkuat pesan bahwa Playstation dan Gran Turismo bukan hanya sekadar produk hiburan, melainkan simbol dari peluang, pengembangan diri, dan transformasi dari dunia virtual menuju dunia nyata. Scene ini menunjukkan bagaimana film Gran Turismo merepresentasikan hubungan antara dunia game dan dunia balap nyata melalui penggunaan simulator balap.

lib.mercubuana.ac.id

Tabel 4.5 Scene 3

Scene 3 (31:34 - 33:44) 
Adegan: Pada scene ini terlihat para peserta GT Academy mengenakan seragam balap dan berkumpul di area sirkuit bersama sejumlah mobil balap Nissan. Latar berupa lintasan balap profesional, tribun penonton, banner GT Academy, serta logo Nissan dan Playstation menunjukkan bahwa para peserta telah memasuki lingkungan balap yang sesungguhnya. Pengambilan gambar memperlihatkan suasana resmi dan kompetitif, di mana para peserta tampak bersiap mengikuti seleksi yang akan menentukan kemampuan mereka sebagai calon pembalap profesional. Scene ini menjadi titik penting dalam alur cerita karena menunjukkan peralihan dari dunia virtual menuju dunia balap nyata. **Representament:** Representamen dalam scene ini dikategorikan sebagai **sinsign**, karena tanda yang muncul berupa peristiwa spesifik yang terjadi dalam alur film. Tanda tersebut terlihat melalui kehadiran peserta GT Academy pertama kali setelah lulus kualifikasi, mobil balap Nissan, seragam balap, lintasan sirkuit, serta berbagai atribut kompetisi yang ditampilkan secara nyata dalam adegan. Keseluruhan elemen tersebut merupakan bentuk visual yang secara langsung dapat diamati oleh penonton dan menunjukkan berlangsungnya program pelatihan balap

lib.mercubuana.ac.id

profesional yang berasal dari kompetisi game Gran Turismo.

Object:

Objek dalam scene ini termasuk **simbol**, karena berbagai elemen visual yang ditampilkan merujuk pada makna yang telah dipahami secara luas oleh masyarakat. Logo GT Academy, seragam balap dengan logo Playstation, mobil Nissan, serta keberadaan sirkuit balap tidak hanya menunjukkan kegiatan olahraga otomotif, tetapi juga merepresentasikan kolaborasi antara dunia game dan dunia balap profesional. Tanda-tanda tersebut menjadi simbol keberhasilan konsep yang diusung oleh Gran Turismo, yaitu bahwa keterampilan yang diperoleh melalui simulasi balap dapat diterapkan dalam dunia nyata. Selain itu, scene ini juga merepresentasikan identitas Playstation sebagai brand yang menghadirkan pengalaman bermain yang realistis dan memiliki keterkaitan dengan dunia profesional.

Intepretant:

Interpretant yang terbentuk dalam scene ini adalah **argument**, karena penonton memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai pesan yang ingin disampaikan film. Scene ini membangun makna bahwa game Gran Turismo bukan sekadar media hiburan, tetapi dapat menjadi sarana untuk mengembangkan kemampuan dan membuka peluang karier di dunia balap profesional. Penonton diarahkan untuk memahami bahwa teknologi simulasi yang dikembangkan Playstation memiliki tingkat realisme yang tinggi sehingga mampu menjembatani dunia virtual dan dunia nyata. Melalui pemaknaan tersebut, terbentuk citra bahwa Playstation adalah brand yang inovatif, kredibel, dan mampu menciptakan pengalaman bermain yang memiliki nilai nyata di luar dunia game.

Klasifikasi Ikon, Indeks, dan Simbol:

Bentuk ikon terlihat pada representasi kendaraan Nissan GT-R R35 Nismo karena visual kendaraan yang ditampilkan memiliki kemiripan langsung dengan kendaraan yang direpresentasikannya. Bentuk indeks terlihat pada seragam balap,

lib.mercubuana.ac.id

peserta, kendaraan, dan suasana GT Academy karena elemen-elemen tersebut menjadi petunjuk mengenai keberadaan kegiatan dan lingkungan balap profesional. Sementara itu, logo PlayStation, Gran Turismo, Nissan, dan Puma merupakan simbol karena hubungan antara bentuk logo dan identitas perusahaan atau produk dibangun melalui konvensi dan sistem identitas merek. Dengan demikian, scene ini memperlihatkan kombinasi ikon, indeks, dan simbol yang secara bersama-sama membangun konteks dunia balap profesional.

Hasil analisis:

Berdasarkan analisis semiotika Peirce, scene ini merepresentasikan tahap transformasi dari gamer menjadi calon pembalap profesional melalui program GT Academy. Kehadiran peserta, mobil balap, dan lingkungan sirkuit berfungsi sebagai tanda yang memperlihatkan bahwa kemampuan yang diperoleh dari dunia virtual dapat diakui dalam dunia nyata. Makna yang dibangun tidak hanya berkaitan dengan kompetisi balap, tetapi juga memperkuat strategi branding Playstation yang ingin menampilkan Gran Turismo sebagai simulasi balap yang realistis dan berbeda dari game balap pada umumnya. Dengan demikian, scene ini berperan penting dalam membentuk *Brand Image* Playstation sebagai brand yang inovatif, realistis, dan mampu menghubungkan pengalaman bermain game dengan peluang nyata di dunia profesional.

Tabel 4.6 Hasil temuan ketiga scene

scene	representamen	object	interpretant	Klasifikasi Tanda (Ikon, Indeks, Simbol)
Scene 1 (00:38–	Kualitas visual, dominasi	Identitas dan	PlayStation dipahami	**Ikon:** karakter-karakter game

lib.mercubuana.ac.id

00:53) Identitas PlayStation	warna biru, karakter game, dan logo PlayStation	ekosistem PlayStation	sebagai brand yang memiliki identitas kuat, modern, dan berkaitan dengan berbagai pengalaman gaming.	yang merepresentasikan karakter aslinya. **Indeks:** kehadiran karakter game menunjukkan keberadaan dunia/ekosistem gaming. **Simbol:** logo PlayStation sebagai identitas merek.
Scene 2 (02:49–02:58) PlayStation sebagai Pengalaman Simulasi	Steering wheel, headset, aktivitas bermain, dan tampilan Gran Turismo	Pengalaman bermain Gran Turismo sebagai simulasi berkendara melalui PlayStation	PlayStation dipahami sebagai platform yang memberikan pengalaman bermain yang imersif dan realistis melalui teknologi simulasi.	**Ikon:** tampilan kendaraan dan lintasan yang menyerupai objek nyata. **Indeks:** penggunaan steering wheel dan aktivitas Jann menunjukkan aktivitas bermain/simulasi.

lib.mercubuana.ac.id

				Simbol: logo/identitas PlayStation dan Gran Turismo sebagai identitas merek dan produk.
Scene 3 (31:34–33:44) GT Academy dan Dunia Balap Nyata	Seragam balap, logo PlayStation, Gran Turismo, Nissan, Puma, serta Nissan GT-R R35 Nismo	GT Academy sebagai penghubung game, PlayStation, otomotif, dan balap profesional	PlayStation dipahami memiliki keterkaitan dengan teknologi simulasi, otomotif, profesionalisme, dan motorsport.	**Ikon:** Nissan GT-R R35 Nismo sebagai representasi kendaraan balap nyata. **Indeks:** seragam, peserta, dan kendaraan menunjukkan lingkungan balap profesional. **Simbol:** logo PlayStation, Gran Turismo, Nissan, dan Puma sebagai identitas merek.

Berdasarkan tabel hasil temuan tersebut, dapat diketahui bahwa ketiga scene menunjukkan pola pembentukan makna yang berlangsung secara bertahap. Scene

lib.mercubuana.ac.id

pertama memperkenalkan PlayStation melalui identitas visual dan keterkaitannya dengan berbagai karakter game. Scene kedua kemudian memperlihatkan pengalaman pengguna melalui perangkat permainan dan simulasi Gran Turismo. Selanjutnya, scene ketiga memperluas makna tersebut melalui GT Academy yang menghubungkan pengalaman bermain dalam dunia virtual dengan dunia otomotif dan balap profesional. Dengan demikian, ketiga scene membentuk suatu rangkaian makna dari pengenalan identitas merek, pengalaman menggunakan produk, hingga hubungan merek dengan pengalaman dunia nyata.

4.3 pembahasan

1. **Strength of Brand Associations pada Brand Image PlayStation**

Dari hasil penelitian, strength paling jelas dibangun melalui kemunculan identitas PlayStation secara konsisten dan keterhubungannya dengan pengalaman bermain Gran Turismo. Pada Scene 1 (00:38–00:53), PlayStation diperkenalkan melalui karakter-karakter dari berbagai game dan kemudian diperkuat dengan kemunculan logo PlayStation. Representasi tersebut memberikan penekanan bahwa PlayStation memiliki keterkaitan dengan berbagai pengalaman dalam dunia permainan. Scene 2 (02:49–02:58) kemudian memperlihatkan pengalaman bermain Gran Turismo melalui penggunaan steering wheel dan perangkat permainan. Sementara itu, Scene 3 (31:34–33:44) kembali menghadirkan logo PlayStation dalam konteks GT Academy, yang memperluas asosiasi PlayStation dari lingkungan permainan menuju dunia otomotif dan balap profesional. Rangkaian tersebut menunjukkan bahwa asosiasi terhadap PlayStation tidak dibangun melalui satu tanda saja, tetapi melalui kemunculan tanda yang saling berkaitan dalam beberapa konteks.

lib.mercubuana.ac.id

Jika dikaitkan dengan konsep Keller, strength of brand associations berkaitan dengan seberapa kuat informasi mengenai suatu merek terhubung dengan pengetahuan yang tersimpan dalam ingatan konsumen. Dalam konteks penelitian ini, kekuatan asosiasi PlayStation dibentuk melalui pengulangan dan keterhubungan antara PlayStation, game, teknologi simulasi, dan pengalaman balap. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa film Gran Turismo tidak hanya memperlihatkan PlayStation sebagai logo atau identitas visual, tetapi menghubungkan merek tersebut dengan serangkaian pengalaman yang membuat asosiasi terhadap PlayStation menjadi lebih kuat. Temuan ini menjawab tujuan penelitian dengan menunjukkan bahwa pembentukan brand image PlayStation dalam film terjadi melalui konstruksi tanda yang secara konsisten menghubungkan PlayStation dengan dunia gaming dan simulasi.

2. Favorability of Brand Associations pada Brand Image PlayStation

Dimensi *favorability* dapat dilihat dari bagaimana tanda-tanda yang ditampilkan dalam film menghasilkan penilaian positif terhadap PlayStation. Scene 2 menjadi salah satu temuan penting karena PlayStation dan Gran Turismo tidak hanya ditampilkan sebagai produk hiburan, tetapi sebagai sarana yang memberikan pengalaman bermain yang menarik dan imersif. Penggunaan *steering wheel*, konsentrasi Jann ketika bermain, serta visual simulasi balap membentuk gambaran mengenai pengalaman bermain yang menyenangkan sekaligus realistis. Persepsi tersebut kemudian diperkuat pada Scene 3 melalui GT Academy, ketika pengalaman bermain Gran Turismo memiliki hubungan dengan kesempatan untuk memasuki dunia balap profesional. Dengan demikian, film memberikan konteks naratif yang membuat pengalaman menggunakan PlayStation dan Gran Turismo dipersepsikan memiliki nilai lebih daripada sekadar aktivitas hiburan.

Menurut Keller, *favorability of brand associations* berkaitan dengan sejauh mana asosiasi yang terbentuk menghasilkan penilaian atau persepsi positif terhadap suatu merek. Berdasarkan hasil penelitian, *favorability* PlayStation dibangun melalui asosiasi dengan pengalaman bermain, teknologi simulasi, realisme, pencapaian, dan

lib.mercubuana.ac.id

profesionalisme. Penonton diarahkan untuk melihat bahwa pengalaman virtual yang ditampilkan melalui Gran Turismo memiliki nilai dan relevansi dalam cerita. Oleh karena itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa *favorability* PlayStation tidak dibangun melalui promosi verbal yang secara langsung menyatakan keunggulan produk, tetapi melalui narasi dan visual yang memungkinkan penonton menginterpretasikan sendiri nilai positif yang melekat pada PlayStation.

3. Uniqueness of Brand Associations pada Brand Image PlayStation

Dimensi uniqueness dalam penelitian ini terlihat terutama melalui hubungan antara game Gran Turismo, PlayStation, dan dunia balap profesional. Scene 1 menunjukkan PlayStation sebagai bagian dari ekosistem game, sedangkan Scene 2 memperlihatkan pengalaman simulasi balap melalui Gran Turismo. Hubungan tersebut kemudian mencapai bentuk yang lebih kuat pada Scene 3 melalui GT Academy, ketika pengalaman bermain dalam dunia virtual dikaitkan dengan aktivitas balap profesional. Rangkaian ini menghasilkan asosiasi yang spesifik terhadap PlayStation karena merek tidak hanya ditempatkan sebagai platform permainan, tetapi dikaitkan dengan pengalaman simulasi yang memiliki hubungan naratif dengan dunia otomotif dan motorsport.

Keller menjelaskan bahwa uniqueness of brand associations berkaitan dengan karakteristik atau asosiasi yang menjadi pembeda suatu merek dibandingkan kompetitornya. Dalam konteks penelitian ini, keunikan yang dikonstruksikan film terletak pada hubungan antara pengalaman bermain Gran Turismo dengan kesempatan memasuki dunia balap melalui GT Academy. Hubungan tersebut menghasilkan diferensiasi naratif yang membuat PlayStation diasosiasikan dengan pengalaman simulasi dan motorsport, bukan hanya dengan fungsi hiburan digital. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa film Gran Turismo membangun uniqueness PlayStation melalui narasi yang menghubungkan dunia virtual dan dunia nyata.

lib.mercubuana.ac.id

4. Pembentukan Brand Image PlayStation

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis terhadap tiga scene dalam film Gran Turismo, dapat diketahui bahwa pembentukan brand image PlayStation direpresentasikan melalui tiga dimensi brand association yang dikemukakan oleh Keller, yaitu strength, favorability, dan uniqueness. Dimensi strength terlihat melalui konsistensi hubungan PlayStation dengan identitas gaming, karakter game, dan pengalaman bermain Gran Turismo. Dimensi favorability terlihat melalui penggambaran PlayStation sebagai bagian dari pengalaman bermain yang menarik, imersif, realistis, dan memberikan pengalaman positif kepada pengguna. Sementara itu, dimensi uniqueness terlihat melalui hubungan khusus antara PlayStation, Gran Turismo, GT Academy, otomotif, dan balap profesional. Ketiga dimensi tersebut menunjukkan bahwa film tidak hanya menampilkan PlayStation sebagai sebuah merek atau produk permainan, tetapi juga membangun sejumlah asosiasi yang memberikan makna tertentu terhadap merek tersebut.

Hasil temuan tersebut diperoleh melalui proses analisis semiotika Charles Sanders Peirce terhadap tanda-tanda yang terdapat pada ketiga scene. Tanda berupa logo PlayStation, karakter game, perangkat steering wheel, tampilan Gran Turismo, seragam peserta GT Academy, serta kendaraan balap dianalisis berdasarkan hubungan representamen, object, dan interpretant, kemudian diklasifikasikan berdasarkan hubungan tanda dengan objeknya sebagai ikon, indeks, dan simbol. Hasil interpretasi terhadap tanda-tanda tersebut kemudian dikaitkan dengan tiga dimensi brand image untuk mengetahui asosiasi yang dibangun terhadap PlayStation. Dengan demikian, terdapat hubungan antara proses pemaknaan tanda dengan pembentukan brand image, yaitu tanda-tanda yang ditampilkan dalam film menghasilkan makna yang kemudian membentuk asosiasi terhadap PlayStation.

Berdasarkan uraian tersebut, hasil penelitian ini telah menjawab tujuan dan fokus penelitian, yaitu menganalisis bagaimana brand image PlayStation dibentuk

lib.mercubuana.ac.id

melalui tanda-tanda yang terdapat dalam film Gran Turismo. Jawaban tersebut ditunjukkan melalui temuan bahwa ketiga scene yang dianalisis secara bersama-sama membangun strength, favorability, dan uniqueness sebagai karakteristik utama brand image PlayStation. Scene pertama membangun asosiasi mengenai identitas dan ekosistem gaming PlayStation, scene kedua membangun asosiasi mengenai pengalaman bermain dan teknologi simulasi, sedangkan scene ketiga membangun asosiasi mengenai hubungan antara game, otomotif, dan dunia balap profesional melalui GT Academy. Oleh karena itu, hasil analisis menunjukkan bahwa film Gran Turismo mengonstruksi brand image PlayStation melalui rangkaian tanda yang menghubungkan identitas merek, pengalaman gaming, teknologi simulasi, serta dunia otomotif dan motorsport.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id