



**REPRESENTASI SIMBOLIS INDEKSIKAL FUNGSI
KONSULTAN *POLITICAL PUBLIC RELATIONS* PADA FILM
*GAME CHANGE***

(Analisa Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Film *Game Change*)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Strata satu(S-1) Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Abigail Gabrina Ronauli
44220010151

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abigail Gabrina Ronauli

NIM : 44220010151

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : REPRESENTASI SIMBOLIS
INDEKSIKAL FUNGSI KONSULTAN POLITICAL PUBLIC
RELATIONS PADA FILM GAME CHANGE (Analisa Semiotika
Charles Sanders Peirce dalam Film Game Change)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 22 Juli 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Abigail Gabrina Ronauli

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Abigail Gabrina Ronauli
NIM : 44220010151
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : REPRESENTASI SIMBOLIS INDEKSIKAL FUNGSI
KONSULTAN POLITICAL PUBLIC RELATIONS
PADA FILM GAME CHANGE (Analisa Semiotika
Charles Sanders Peirce dalam Film Game Change)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si
NIDN : 0318116602
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid Umarella M.Si
NIDN : 0301117301
Penguji Ahli : M. Taufiq Hidayat M.Ikom
NIDN : 8834360018



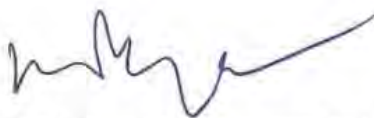
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Juli 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Abigail Gabrina Ronauli
NIM : 44220010151
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : REPRESENTASI
SIMBOLIS INDEKSIAL FUNGSI KONSULTAN POLITICAL
PUBLIC RELATIONS PADA FILM GAME CHANGE (Analisa
Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Film Game Change)

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 Laporan Skripsi 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, 22 Juli 2024
Yang menyatakan.

A 10,000 Indonesian Rupiah postage stamp is shown with a signature in blue ink over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'METERAI TEMPORER'. The serial number '20770ALX147034484' is visible at the bottom of the stamp.

Abigail Gabrina Ronauli

ABSTRAK

Nama : Abigail Gabrina Ronauli

NIM : 44220010151

Program Studi : Hubungan Masyarakat

Judul Skripsi : Representasi Simbolis Indeksikal Fungsi Konsultan Political Public Relations Pada Film *Game Change* (Analisa Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Film *Game Change*)

Pembimbing : Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si

Profesi *Public Relations (PR)* sendiri tidak terlepas dari pengolahan citra dan nama baik dari pihak yang diwakili. Dalam konteks politik, penting bagi toko politisi untuk membangun komunikasi baik terhadap publik untuk mempertahankan citra dan opini baik mengenai dirinya di masyarakat. Tokoh *Political PR* sendiri dapat ditemukan semenjak abad ke – 64 Romawi. Berbicara mengenai PR dalam politik, konsultan PR merupakan profesi yang tidak asing dipakai dalam dunia politik. Konsultan PR dalam kancah politik terus bertambah mengikuti kesadaran di bidang politik akan pentingnya opini publik dalam kesuksesan aktor politik di banyak negara termasuk Indonesia.

Penelitian ini merujuk pada lima fungsi *Political Public Relations* sebagaimana yang dinyatakan Kotler dalam bentuk konsultan PR dalam elemen pelaku cerita dalam tokoh Steve Schdmit yang didukung oleh tim kampanye, serta elemen plot di film ini. Dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce. Terdapat 11 unit analisis yang digunakan dalam film “*Game Change*”. Data primer penelitian ini adalah film “*Game Change*”, film dengan genre *political drama* yang menayangkan cerita nyata pemilihan presiden Amerika Serikat pada tahun 2008, yang menggambarkan perjuangan yang dilakukan oleh tim McCain untuk membangun citra kandidat yang baik ditengah masyarakat guna mendapatkan kepercayaan serta suara masyarakat. Sementara data sekunder berupa referensi relevan berupa buku, jurnal, dan penelitian terdahulu.

Hasil penelitian menunjukkan representasi fungsi *Political Public Relations* terutama oleh tokoh Schdmit dalam film ini merupakan *secondness* dan *thirdness* dari tanda Peirce. Penokohan Schdmit juga selalu identik berfokus pada citra tokoh politik dan bagaimana cara mempertahankan citra tersebut melalui komunikasi partai politik, dan menjalankan fungsi konsultannya berupa bimbingan serta pengarahan kepada para komunikator politik yaitu John McCain dan Palin, hal ini sesuai dengan apa yang dinyatakan oleh Kotler.

Kata kunci: Semiotika, Film, PR Politik, *Game Change*

ABSTRACT

Name : Abigail Gabrina Ronauli

NIM : 44220010151

Study program: Symbolic Indexical Representation Of The Function Of Political Public Relations Consultants In The Film Game Change (Charles Sanders Peirce's Semiotic Analysis in the Film Game Change)

Counsellor : Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si

The Public Relations (PR) profession itself is not exempt from the processing of the image and good name of the parties represented. In a political context, it is important for a politician to build good communication to the public in order to maintain a good image and opinion of himself in society. The personality of Political PR itself can be found since the Roman 64th century. Speaking about public relations in politics is a profession that is not strange to use in the world of politics. Public relations consultants in politics are increasingly following awareness in the field of politics of the importance of public opinion in the success of political actors in many countries including Indonesia.

This research refers to the five functions of Political Public Relations as Kotler described in the form of a PR consultant in the storyteller element in the figure of Steve Schdmit supported by the campaign team, as well as the plot element in this film. With a qualitative approach using Charles Sanders Peirce's semiotic method. There are 11 units of analysis used in the "Game Change" film. The primary data of the study is the movie Game Change, a movie in the political drama genre that portrays the real story of the 2008 US presidential election, which depicts the struggle of McCain's team to build a good candidate image in the public to gain public confidence and voice. While secondary data is a relevant reference to books, journals, and previous research.

The results of the research show that the representation of the function of Political Public Relations mainly by the character Schdmit in the film represents the secondness and thirdness of the Peirce sign. Schdmit's reinforcements have always been identically focused on the image of political figures and how to preserve that image through political party communication, and carry out his advisory functions as guidance and guidance to the political communicators John McCain and Palin, in line with what Kotler stated.

Keywords: Semiotics, Film, Political PR, Game Change

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Tuhan Yang Maha Esa. Saya panjatkan rasa puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Hanyalah karena kasih dan kemurahan –Nya saya dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul: **“Representasi Simbolis Indeksikal Fungsi Konsultan Political Public Relations Pada Film *Game Change* (Analisa Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Film *Game Change*)”**

Tugas akhir ini ini dibuat dengan tujuan dan pemanfaatannya telah saya usahakan semaksimal mungkin dan tentunya dengan bantuan berbagai pihak:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, Dr, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan dosen pembimbing saya yang telah membimbing dan memberikan ilmu selama penyusunan penelitian ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan ketua sidang peneliti atas ilmu dan bimbingannya.
3. Bapak Mochammad Taufik Hidayat, M.Ikom selaku penguji sidang penelitian yang telah memberikan ilmu dan bimbingan.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu serta dukungan selama penulis menjalani studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Tuhan dan sumber keselamatan peneliti, Yesus Kristus.
6. Orang Tua peneliti, yaitu Bapak Heriawan dan Ibunda Grace yang telah memberikan banyak doa dan dukungan.

7. Teman seperjuangan peneliti, yaitu Caca, Ranti, Raras, Reina, dan Herza yang selalu menyemangati, menemani, dan memberikan dukungan penuh serta sarannya bagi penulis dalam menulis proposal tugas akhir ini.
8. Terimakasih kepada anak berbulu kesayangan peneliti, Goldie dan Blanco karena sudah menemani dan selalu memberikan suasana hati yang baik.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak dukungan serta doa.

Namun tidak lepas dari semua itu, saya menyadari bahwa masih terdapat kekurangan, maka dari itu penelitian ini saya susun sempurna dengan kekurangannya. Akhirnya penyusun mengharapkan semoga dari makalah ini dapat di ambil hikmah dan manfaatnya sehingga dapat memberikan inspirasi terhadap pembacanya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Juli 2023

Abigail Gabrina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	1
1.2 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.1.9 Unsur Novelty.....	32
2.2 Kajian Teoritis	33
2.2.1 Komunikasi Semiotika.....	33
2.2.2 Komunikasi Massa.....	34
2.2.3 Media Massa	35
2.2.4 Film.....	37
2.2.5 Komunikasi Politik	39
2.2.6 <i>Public Relations</i> dalam Komunikasi Politik.....	40
2.2.7 Public Relations	41
2.2.8 Public Relations Consultant.....	42
2.2.9 Political Public Relations.....	43
2.2.10 Political Public Relations dan Political Marketing.....	45
2.2.11 Fungsi Political Public Relations.....	46
2.2.12 Semiotika	47

2.2.13 Representasi	51
BAB III	53
3.1 Paradigma Penelitian	53
3.2 Metode Penelitian	54
3.3 Unit Analisis	55
3.4 Teknik Pengumpulan Data	65
3.4.1 Data Primer	65
3.4.2 Data Sekunder	65
3.5 Teknik Analisis Data	66
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	67
BAB IV	68
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.1.1 Data Film	68
4.1.2 Sinopsis Film	69
4.1.3 Karakter Film <i>Game Change</i>	70
4.2 Hasil Penelitian	73
4.3 Pembahasan	95
BAB V	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
5.2.1 Saran Akademis	106
5.2.2 Saran Praktis	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Woody Harrelson	71
Gambar 4.2 Sarah Paulson	71
Gambar 4.3 Peter MacNicol.....	72
Gambar 4.4 Ed Harris	72
Gambar 4.5 Julianne Moore.....	72
Gambar 4.6 Jamey Sheridan	73



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Unit Analisis	56
Tabel 4. 1 Pemeran Karakter Film Game Change	70
Tabel 4. 2 Tabel Adegan Scene 1: Menyediakan Saran, Pertimbangan, Dan Bimbingan Terhadap Partai Atau Kandidar Politik Terkait Isu Publik, Posisi, Serta Citra Politik Di Masyarakat	73
Tabel 4.3 Tabel Adegan Scene 2: Membina Jalinan Komunikasi dengan Mengupayakan dan Mengembangkan Pemahaman yang Semestinya Mengenai Kandidat Melalui Kegiatan Komunikasi Internal dan Eksternal	75
Tabel 4. 4 Tabel Adegan Scene 3: Menyediakan Saran, Pertimbangan, Dan Bimbingan Terhadap Partai Atau Kandidar Politik Terkait Isu Publik, Posisi, Serta Citra Politik Di Masyarakat	77
Tabel 4. 5 Tabel Adegan Scene 4: Menyediakan Saran, Pertimbangan, Dan Bimbingan Terhadap Partai Atau Kandidar Politik Terkait Isu Publik, Posisi, Serta Citra Politik Di Masyarakat	79
Tabel 4. 6 Tabel Adegan Scene 5: Membina Jalinan Komunikasi dengan Mengupayakan dan Mengembangkan Pemahaman yang Semestinya Mengenai Kandidat	81
Tabel 4. 7 Tabel Adegan Scene 6: Membina Jalinan Komunikasi dengan Mengupayakan dan Mengembangkan Pemahaman yang Semestinya Mengenai Kandidat	83
Tabel 4. 8 Tabel Adegan Scene 7: Menyebarluaskan Hal - Hal yang Menyangkut, Menjaga, dan Menumbuhkan Citra Positif Kandidat Kepada Khalayak Media	85
Tabel 4. 9 Tabel Adegan Scene 8: Berhubungan dengan Media Untuk Menyajikan Berita - Berita Mengenai Kandidat dalam Nuansa Paling Positif	87
Tabel 4. 10 Tabel Adegan Scene 9: Menyediakan Saran, Pertimbangan, Dan Bimbingan Terhadap Partai Atau Kandidar Politik Terkait Isu Publik, Posisi, Serta Citra Politik Di Masyarakat	89

Tabel 4. 11 Tabel Adegan Scene 10: Lobi dengan Berbagai Kalangan Sebagai Antisipasi Masalah.....	91
Tabel 4. 12 Tabel Hasil Penelitian	100

