

## ABSTRACT

**Misyu, Beba.** 2024. Semiotic Analysis of Star Wars Posters. Thesis. Supervisor 1: Asrofin Nur Kholifah S.S., M.Hum. Supervisor 2: Usep Muttaqin, S.Hum., M.A. Examiner: Dr. Chusni Hadiati, S.S., M.Hum. Ministry of Education, Culture, Research and Technology, Jenderal Soedirman University, Faculty of Humanities, English Department, English Literature Study Program, Purwokerto, 2024.

Presently, popular culture has already spread around the world with its positive and negative effects. One of the most famous popular culture kinds in the world is cinema. This research has two objectives: to identify and describe the icon, symbol, and index found in *Star Wars* posters through semiotic process. The method used in this thesis was descriptive qualitative method and purposive sampling was used to answer the research questions. The data source used in this research was from Lucasfilm Ltd. Official website (<https://www.lucasfilm.com/productions/>). The data were the signs contained in *Star Wars* promotional posters that are classified as icon, symbol, and index. The theory used in this thesis is Anna Wierzbicka's Theory of Color: Semantics: Primes and Universals (1996). The result shows there are 70 icons, 67 symbols, and 76 indexes. The icons vary from major and minor characters, also the movie company and production logos. The symbols are in the form of facial expression, actor wardrobe, color, properties, setting, and movie title. Meanwhile the indexes consist of physical pose, movie scene, characters and properties formation, and textual credit from the producers. Based on the data, the researcher concluded that the use of semiotic signs and its functions made the material contained *Star Wars* posters more interesting and well-distributed, because the messages are wrapped in special and colorful imagery.

**Keywords:** *Object, Semiotics, Color, Posters, Star Wars*

## ABSTRAK

**Misyu, Beba.** 2024. *Semiotic Analysis of Star Wars Posters*. Thesis. Pembimbing 1: Asrofin Nur Kholifah S.S., M.Hum. Pembimbing 2: Usep Muttaqin, S.Hum., M.A. Penguji: Dr. Chusni Hadiati, S.S., M.Hum. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan Riset, dan Teknologi, Universitas Jenderal Soedirman, Fakultas Ilmu Budaya, Jurusan Bahasa Inggris, Program Studi Sastra Inggris, Purwokerto, 2024.

Saat ini budaya populer telah menyebar ke seluruh dunia dengan dampak positif dan negatifnya. Salah satu jenis budaya populer yang paling terkenal di dunia adalah sinema. Penelitian ini memiliki dua objektif yaitu untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan ikon, simbol, dan indeks yang terdapat dalam poster Star Wars melalui proses semiotika. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dan *purposive sampling* digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari situs resmi Lucasfilm Ltd. (<https://www.lucasfilm.com/productions/>). Data yang digunakan adalah tanda-tanda yang terdapat pada poster promosi Star Wars yang dikelompokkan menjadi ikon, simbol, dan indeks. Teori yang digunakan dalam skripsi ini adalah Teori Warna: *Semantics: Primes dan Universals* karya Anna Wierzbicka (1996). Hasil menunjukkan terdapat 70 ikon, 67 simbol, dan 76 indeks. Ikon bervariasi dari karakter utama dan pendukung, juga logo dari perusahaan dan produser film. Simbol-simbol berupa ekspresi wajah, pakaian aktor, warna, properti, setting, dan judul film. Sedangkan indeksnya terdiri dari pose fisik, adegan film, formasi karakter dan properti, serta teks kredit dari produser. Berdasarkan data yang diperoleh, peneliti menyimpulkan bahwa penggunaan tanda-tanda semiotika dan fungsinya menjadikan materi yang terdapat dalam poster Star Wars menjadi lebih menarik dan terdistribusi dengan baik, karena pesan-pesannya dibungkus dalam citraan yang khas dan penuh warna.

**Kata Kunci:** *Objek, Semiotika, Warna, Poster, Star Wars*