



UNIVERSITAS NASIONAL

**REPRESENTASI KEBERSAMAAN DALAM IKLAN COCA-
COLA VERSI TOGETHER TASTE BETTER**

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Muhammad Dhiawafi Rosyad

NPM 193516516109

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

**REPRESENTATION OF TOGETHERNESS IN THE
TOGETHER TASTE BETTER VERSION OF COCA-COLA
ADVERTISEMENT**

(Roland Barthes Semiotic Analysis)

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor's Degree

Of Communication Studies (S.I.Kom)

Muhammad Dhiawafi Rosyad

NPM 193516516109

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL STUDIES

COMMUNICATION STUDIES STUDY PROGRAM

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Dhiawafi Rosyad
NPM : 193516516109
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : Representasi Kebersamaan Dalam Iklan Coca-Cola Versi Together Taste Better (Analisis Semiotika Roland Barthes)
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Jakarta, ... Juli 2023

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, ... Juli 2023

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing

Drs. Adi Prakosa, M.Si.,

Dekan

Dri Erna Mawati Chotim, M.Si.



HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Muhammad Dhiawafi Rosyad
NPM : 193516516109
Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Periklanan
Judul Skripsi : Representasi Kebersamaan Dalam Iklan Coca-Cola Versi Together Taste Better (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Penguji I : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos, M.Si.

Pembimbing I : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14/4/2023

UNIVERSITAS NASIONAL

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Dhiawafi Rosyad
NPM : 193516516109
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul/Skripsi : ANALISIS SEMIOTIKA TERHADAP IKLAN
COCA-COLA VERSI TOGETHER TASTE
BETTER
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan
Jakarta, 24 Juli 2023

Dosen Pembimbing Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Drs. Adi Prakosa, M.Si.


Drs. Adi Prakosa, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI		
Nama	:	Muhammad Dhiawafi Rosyad
NPM	:	193516516109
Fakultas/Akademik	:	Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Prodi & Konsentrasi	:	Ilmu Komunikasi / Periklanan (Advertising)
Tanggal Sidang	:	7 Agustus 2023
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA		
REPRESENTASI KEBERSAMAAN DALAM IKLAN COCA – COLA VERSI <i>TOGETHER TASTE BETTER</i> (Analisis Semiotika Roland Barthes)		
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS		
REPRESENTATION OF TOGETHERNESS IN THE TOGETHER TASTE BETTER VERSION OF COCA – COLA ADVERTISEMENT (Roland Barther Semiotic Analysis)		
TANDA TANGAN DAN TANGGAL		
Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 18 Agustus 2023	TGL: 18 Agustus 2023	TGL: 18 Agustus 2023
		

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Dhiawafi Rosyad
NPM : 193516516109
Judul Skripsi : Representasi Kebersamaan Dalam Iklan Coca-Cola Versi Together Taste Better (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan bahan- bahan yang telah dipublikasi sebelumnya atau dirilis oleh orang lain atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau Perguruan Tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat

Jakarta, ..Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kita rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Representasi Kebersamaan Dalam Iklan Coca-Cola Versi Together Taste Better”. Dibuatnya skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Proses pengerjaan dan penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bantuan serta dukungan dari semua pihak yang sudah membantu selama peneliti melakukan proses penelitian skripsi ini. Pertama-tama, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran kepada peneliti dalam melalui proses pembuatan skripsi ini. Selanjutnya peneliti juga memberikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak dibawah ini yaitu:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., Selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

3. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si dan Nursatyo S.Sos. M.Si., Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si., Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya selama melakukan proses bimbingan yang dilakukan baik di area kampus ataupun luar kampus.
5. Bapak Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom. sebagai Dosen Pembimbing Akademik peneliti yang telah banyak membantu dan membimbing selama peneliti menjalani masa perkuliahan.
6. Bapak Romika Junaidi, S.Ikom., M.A. sebagai Asisten Dosen Pembimbing peneliti yang turut membantu bersedia memberikan waktu, tenaga, dan pikiran dalam proses penyusunan skripsi.
7. Kepada seluruh jajaran staff dan dosen Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama peneliti mencari ilmu dan berkuliah di Universitas Nasional. Peneliti sangat berterimakasih atas tahun-tahun yang penuh ilmu dan edukasi yang bermanfaat bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Orang tua peneliti yaitu bapak Taufik Wahyudin dan ibu Lia Lustiawati yang selalu memberikan doa, kasih sayang, motivasi, semangat, dan banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada teman-teman dekat peneliti Reza, Sani, Rizky, dan Citra yang telah memberikan semangat, perhatian, dukungan, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
10. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.



Jakarta, ... Juli 2023

Muhammad Dhiawafi Rosyad

ABSTRAK

Nama : Muhammad Dhiawafi Rosyad

NPM : 193516516109

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Representasi Kebersamaan Dalam Iklan Coca-Cola Versi Together Taste Better (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Penelitian ini mencoba untuk menggali tanda-tanda yang merepresentasikan kebersamaan dalam iklan Coca-Cola versi Together Taste Better. Kebersamaan merupakan hubungan yang terjalin berdasarkan ikatan kekeluargaan di antara anggota masyarakat. Makna kebersamaan sering diimplementasikan ke dalam sebuah iklan, salah satunya iklan Coca-Cola versi Together Taste Better. Penelitian ini merupakan analisis semiotika menggunakan teori Roland Barthes, karena penelitian sebelumnya merupakan analisis deskriptif dari iklan Coca-Cola versi Together Taste Better. Pengumpulan data dilakukan dengan cara analisis semiotika Roland Barthes dan keabsahan data menggunakan formula intertekstual. Hasil dari penelitian ini adalah adanya representasi kebersamaan dalam beberapa scene pada iklan ini. Representasi kebersamaan pada iklan ini menggambarkan momen-momen kebersamaan, interaksi, komunikasi, dan solid yang seharusnya bisa menjadi contoh bagi masyarakat modern dalam membangun kebersamaan sesuai dengan lima unsur kebersamaan yang meliputi satu visi, kerja sama, tidak egois, solidaritas, dan rela berkorban.

Kata kunci: Representasi, Kebersamaan, Coca-Cola, Semiotika

ABSTRACT

Name : Muhammad Dhiawafi Rosyad

NPM : 193516516109

Study Program: Communication Studies

Title : REPRESENTATION OF TOGETHERNESS IN THE TOGETHER TASTE BETTER VERSION OF COCA-COLA ADVERTISEMENT (Roland Barthes Semiotic Analysis)

This study tries to explore the signs that represent togetherness in the Coca-Cola advertisement version of Together Taste Better. Togetherness is a relationship that is established based on family ties among community members. The meaning of togetherness is often implemented in an advertisement, one of which is the Coca-Cola advertisement version of Together Taste Better. This research is a semiotic analysis using Roland Barthes' theory, because the previous research was a descriptive analysis of the Coca-Cola advertisement version of Together Taste Better. Data collection was carried out by means of Roland Barthes semiotic analysis and data validity using intertextual formulas. The results of this study are the representation of togetherness in several scenes in this advertisement. The representation of togetherness in this ad depicts moments of togetherness, interaction, communication and solidarity which should be an example for modern society in building togetherness according to the five elements of togetherness which include one vision, cooperation, selflessness, solidarity and willingness to sacrifice.

Keywords: Representation, Togetherness, Coca-Cola, Semiotic

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Iklan	16
2.3 Coca-Cola	20
2.4 Kebersamaan	28
2.5 New Media	33
2.6 Representasi	41
2.7 Analisis Semiotika	43
2.8 Kerangka Pemikiran	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Metode Penelitian	49
3.2 Sumber Data	49

3.3 Teknik Pengumpulan Data	50
3.4 Teknik Analisis Data	51
3.5 Keabsahan Data.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Penelitian	54
4.1.1 Profil Perusahaan The Coca-Cola Company	54
4.1.2 Profil Iklan Coca-Cola versi Together Taste Better	61
4.1.3 Sinopsis Iklan Coca-Cola versi Together Taste Better	66
4.2 Analisis Data	67
4.3 Pembahasan	79
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2.3 Perkembangan Coca-Cola.....	21
Tabel 4.1.1 Produk-Produk The Coca-Cola Company.....	57
Tabel 4.1.2 Iklan-Iklan The Coca-Cola Company.....	63
Tabel 4.2.1 (Scene 1).....	68
Tabel 4.2.2 (Scene 2).....	69
Tabel 4.2.3 (Scene 3).....	71
Tabel 4.2.4 (Scene 4).....	72
Tabel 4.2.5 (Scene 5).....	75
Tabel 4.2.6 (Scene 6).....	75
Tabel 4.2.7 (Scene 7).....	76
Tabel 4.2.8 (Scene 8).....	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.6 Peta Tanda Barthes..... 47

