



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ADVERTISING &
MARKETING COMMUNICATION**

Laeli Aliah (44311110055)

Konstruksi Realitas Sosial Iklan CocaCola Veri *Live Positively* Di Televisi (Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce)

IX + 69 Halaman; 5

Bibliografi !5 Buku (tahun 2005 s/d 2013)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah ingin menggambarkan secara keseluruhan mengenai realitas sosial yang dikonstruksi dalam iklan Coca Cola versi *Live Positively* di Televisi, dengan mengidentifikasi tanda-tanda yang terdapat dalam iklan-iklan tersebut. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisa semiologi komunikasi. Sebagai sebuah penelitian deskriptif, penelitian ini hanya memaparkan situasi atau wacana, tidak mencari hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Data dalam penelitian ini adalah data kualitatif (data yang bersifat tanpa angka – angka atau bilangan), sehingga data bersifat kategori substansif yang kemudian diinterpretasikan dengan rujukan, acuan, dan referensi – referensi ilmiah. Dalam analisis data, penulis menggunakan sistem segitiga triadic Charles Sanders Peirce yakni *Sign*, *Object*, dan *Interpretant*.

Hasil penelitian dari analisis yang dilakukan konstruksi realitas sosial yang ditampilkan Coca Cola adalah realitas sosial yang ingin dibangun mengenai sesuatu yang telah dilakukan oleh cocacola dalam bentuk kegiatan sosial. Dengan kata lain realitas yang di bentuk oleh Coca Cola dalam iklan tersebut bertujuan untuk membentuk citra positif akan keberadaan produknya, selain itu program *Live Positively* hanya sebagai cara lain untuk menanamkan *image* kepada masyarakat tentang produk mereka, karena sebenarnya mereka menginginkan masyarakat untuk lebih mengkonsumsi produk mereka.

Dengan lebih mendekati masyarakat dari segi aspek psikologis yakni cara membantu atau memberikan fasilitas kepada masyarakat tentunya memberikan posisi Cocacola menjadi lebih dekat dengan masyarakat melalui program tersebut konsumen akan loyal terhadap produk tersebut menambah kesan bahwa cocacola sangat peduli kepada seluruh golongan masyarakat Pada akhirnya, tujuan utama dari produsen adalah tingkat penjualan pun kemungkinan akan tercapai sesuai dengan target yang diinginkan.