



**REPRESENTASIPERDAMAIANPADA IKLAN COCA-COLA
EDISI : *COCA-COLA SMALL WORD MACHINES-BRINGING
INDIA DAN PAKISTAN TOGETHER* DI MEDIA *YOUTUBE***

(STUDI ANALISIS SEMIOTIKA: ROLAND BARTHES)



TESIS

YESSI MARETA ANDARI PUTRI

55215110012

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**



**REPRESENTASIPERDAMAIAN PADA IKLAN COCA-COLA
EDISI : *COCA-COLA SMALL WORD MACHINES-BRINGING
INDIA DAN PAKISTAN TOGETHER* DI MEDIA *YOUTUBE***

(STUDI ANALISIS SEMIOTIKA: ROLAND BARTHES)

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program studi Magister Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
YESSI MARETA ANDARI PUTRI

55215110012

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Yessi Mareta Andari Putri
NIM : 55215110012
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
Judul : Representasi Perdamaian Pada Iklan Coca-Cola
Edisi : *Coca-Cola Small Word Machines-
Bringing India Dan Pakistan Together* Di Media
Youtube (Studi Analisis Semiotika: Roland
Barthes)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Juni 2017

Pembimbing

Dr. Achmad Jamil, M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Judul : Representasi Perdamaian Pada Iklan Coca-Cola
Edisi : *Coca-Cola Small Word Machines-
Bringing India Dan Pakistan Together* Di Media
Youtube (Studi Analisis Semiotika: Roland
Barthes)
Nama : Yessi Mareta Andari Putri
NIM : 55215110012
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
Tanggal : 18 Juli 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 18 Juli 2017
Mengetahui,

Ketua Sidang
Dr. Hadri Mulya, SE., M.Si

Penguji Ahli
Dr. Henni Gusfa, M.Si

Pembimbing
Dr. Achmad Jamil, M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Representasi Perdamaian Pada Iklan Coca-Cola
Edisi : *Coca-Cola Small Word Machines-
Bringing India Dan Pakistan Together* Di Media
Youtube (Studi Analisis Semiotika: Roland
Barthes)
Nama : Yessi Mareta Andari Putri
NIM : 55215110012
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
Tanggal : 18 Juli 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 18 Juli 2017
Mengetahui,

Ketua Sidang
Dr. Hadri Mulya, SE., M.Si

Penguji Ahli
Dr. Henni Gusfa, M.Si

Pembimbing
Dr. Achmad Jamil, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Representasi Perdamaian Pada Iklan Coca-Cola
Edisi : *Coca-Cola Small Word Machines-
Bringing India Dan Pakistan Together* Di Media
Youtube (Studi Analisis Semiotika: Roland
Barthes)
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Yessi Mareta Andari Putri
NIM : 55215110012
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 18 Juli 2017

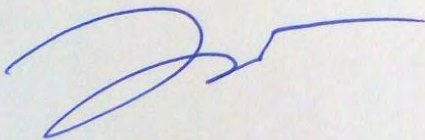
Mengesahkan,

Pembimbing


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Achmad Jamil, M.Si

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Ahmad Mulyana, M. Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Representasi Perdamaian Pada Iklan Coca-Cola Edisi :
*Coca-Cola Small Word Machines-Bringing India Dan
Pakistan Together* Di Media Youtube (Studi Analisis
Semiotika: Roland Barthes)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Yessi Mareta Andari Putri

NIM : 55215110012

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Merupakan hasil penelitian dan hasil karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 15 Juni 2017



Yessi Mareta Andari Putri

KATA PENGANTAR

Segala puji kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat kehidupan, kesehatan dan semangat kepada peneliti. Sehingga peneliti mampu menyelesaikan tesis ini tepat waktu dan sesuai target yang di harapkan. Tesis ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Magister (S-2) dalam program studi Ilmu Komunikasi.

Setelah menempuh pendidikan perkuliahan selama 4 semester di Universitas Mercu Buana, peneliti mendapat banyak ilmu baik teori maupun praktik yang berhubungan dengan komunikasi. Selain itu, peneliti juga mendapat banyak pengalaman dalam kehidupan untuk dijadikan contoh atau pedoman guna menempuh kehidupan lebih baik kedepannya.

Dalam penulisan tesis ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis anggap berjasa dalam memberikan bimbingan, dukungan, semangat, doa, cinta dan motivasi. Ucapan ini penulis persembahkan untuk:

- 1.) Dr. Achmad Jamil, M.Si selaku pembimbing, dosen, guru, dan panutan bagi peneliti, sehingga peneliti mampu menyelesaikan tesis ini.
- 2.) Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi; Dr. Henni Gusfa, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
- 3.) Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM. selaku rektor Universitas Mercu Buana.
- 4.) Kepada seluruh Dosen di Universitas Mercu Buana, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan jasa yang selama ini dicurahkan kepada peneliti, sehingga peneliti menjadi orang yang berilmu.
- 5.) Staff Tata Usaha Program Pascasarjana
- 6.) Kedua orang tua peneliti, yang tak henti-hentinya mendoakan dan mendukung peneliti dari kecil hingga sekarang.

- 7.) Kepada suamiku Niko M Suprpto terima kasih atas doa, dukungan, semangat, dan cintanya selama ini & anakku tercinta yang masih dalam, terimakasih karna tidak rewel.
- 8.) Kepada adik, keponakan, dan semua keluarga peneliti yang tak bisa ditulis satu persatu.
- 9.) Kepada Nurul, Icha, Oci, Kiki, Ikbal, dan teman-teman senasib seperjuangan program Pascasarjana 2015, semoga kita semua mendapatkan kesuksesan dunia dan akhirat.

Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



Jakarta, 18 Juli 2017

Yessi Mareta Andari Putri
(55215110012)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2	Identifikasi dan Rumusan Masalah	9
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.4	Manfaat Penelitian	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1	Penelitian Terdahulu	12
2.1.1	E.Tach Yazicioglu, “A Coke is a Coke?” Interpreting Social Media Anti-Brand Rhetoric and Resolution, dalam Association For Consumer Research, 2012	12
2.1.2	Kodak Benard, Innovation in the Language of Coca-Cola Television Advertisements. Dalam Mediterranean Center Of Social and Educational Research, 2015	15
2.1.3	Sara Edith Svendsen, Rhetorical Analysis of the Mission Vision and Values Behind The Coca-Cola Company and the Digital Marketing Strategies of the “Open Happiness” Campaign, dalam Digital Commons, 2013	19
2.1.4	Laura Mayes, Effectively Incorporating Social Media: A Case Study on Coca-Cola, dalam Journal American University, 2011	22
2.1.5	Hans Christian Asmussen, Share a Coke An Investigation of Social Media Marketing, dalam Roskilde University Digital Archive, 2014.....	25

2.1.6	Bc. Petra Běhounková, Major shifts in shaping Coca-Cola print advertisements, dalam Informacni System Masarykovy univerzity, 2012.....	27
2.1.7	Kappe Fokam Christelle, The translation of advertisements: issues of semiotics, symbolism and persuasion, dalam WireDSpace, 2012.....	28
2.1.8	Huda Khan, Localising the packaging of foreign food brands: a case of Muslim consumers in Pakistan, dalam ProQuest Journal, 2015	31
2.1.9	Sandiya Fayaz, Kashmir Dispute Pakistan and India: The Way Out, dalam The Dialogue A Quarterly Research Journal, 2016	33
2.1.10	Sui Yan and Fan Ming, Reinterpreting some key Concepts in Barthes' theory, dalam Academic Journals, 2014	35
2.2	Kajian Teori	45
2.2.1	Gambar Sebagai Alat Komunikasi Visual	45
2.2.2	Perdamaian.....	55
2.2.3	Media Sosial.....	58
2.2.4	Iklan	61
2.2.5	Representasi	67
2.2.6	Semiotika	71
2.3	Kerangka Pemikiran.....	78

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	80
3.2	Paradigma Penelitian.....	80
3.3	Metode Penelitian.....	81
3.4	Unit Analisis	82
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	83
3.6	Teknik Analisis Data.....	83

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	85
4.1.1	Perusahaan Coca-Cola	86
4.1.2	Deskripsi Iklan Coca-Cola	88
4.2	Hasil Penelitian	90
4.2.1	Pemaknaan Denotasi-Konotasi	91
4.2.2	Mitologi.....	118
4.3	Pembahasan.....	121

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	134
5.2	Saran.....	136
5.2.1	Saran Praktis.....	136
5.2.1	Saran Akademis.....	136

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS
MERCU BUANA