

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Makna Kebersamaan dalam Iklan Teh Botol Sosro Versi “Sebotol Kebaikan” dengan menggunakan Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure sebagai tujuan untuk menemukan maksud dari makna kebersamaan yang terkandung dalam iklan Teh Botol Sosro Versi “Sebotol Kebaikan” melalui Analisis Semiotika dari Ferdinand de Saussure dengan konsepnya yaitu penanda (*Signifier*) dan petanda (*Signified*). Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif yang berfokus pada analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Melalui pendekatan ini, peneliti akan memanfaatkannya dengan mendeskripsikan dan memahami makna kebersamaan yang dihasilkan oleh iklan Teh Botol Sosro Versi “Sebotol Kebaikan”. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa peneliti berhasil menemukan makna kebersamaan dalam iklan Teh Botol Sosro Versi “Sebotol Kebaikan” dengan melalui penanda dan petanda yang efektif. Dari analisis ke-7 *scene* yang didapat, hubungan antara penanda dan petanda secara berkelanjutan menekankan bahwa kebersamaan adalah inti untuk menjalin interaksi sosial dengan orang baru, dan Teh Botol Sosro berfungsi sebagai simbol yang memperkuat hubungan tersebut. Kesederhanaan konsep dalam iklan ini juga memudahkan pemahaman pesan, sehingga memperkuat daya tarik dan relevansi produk di mata konsumen. Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman mendalam tentang penggunaan semiotika dalam iklan dapat membantu pengiklan merancang pesan yang lebih efektif dan emosional, sehingga dapat menjangkau audiens dengan lebih baik.

Kata Kunci: Makna Kebersamaan, Semiotika, Iklan, Audiens

ABSTRACT

This study is entitled The Meaning of Togetherness in the Teh Botol Sosro Advertisement Version "A Bottle of Kindness" using Ferdinand de Saussure's Semiotic Analysis as the aim to find the meaning of togetherness contained in the Teh Botol Sosro Advertisement Version "A Bottle of Kindness" through Ferdinand de Saussure's Semiotic Analysis with his concept of signifier and signified. This study uses a descriptive qualitative method approach that focuses on Ferdinand de Saussure's semiotic analysis. Through this approach, researchers will utilize it by describing and understanding the meaning of togetherness produced by the Teh Botol Sosro Advertisement Version "A Bottle of Kindness". Based on the results of the study, it show that the researcher has succeeded in finding the meaning of togetherness in the Teh Botol Sosro advertisement, Version "A Bottle of Goodness" through effective signifiers and signifieds. From the analysis of the 7 scenes obtained, the relationship between the signifiers and signifieds continuously emphasizes that togetherness is the core of establishing social interaction with new people, and Teh Botol Sosro functions as a symbol that strengthens the relationship. The simplicity of the concept in this advertisement also makes it easier to understand the message, thus strengthening the appeal and relevance of the product in the eyes of consumers. The implications of the results of this study indicate that a deeper understanding of the use of semiotics in advertising can help advertisers design more effective and emotional messages, thereby better reaching audiences.

Keywords: *The Meaning of Togetherness, Semiotics, Advertisement, Audience.*

