

**Analisis Wacana Merek Pocari Sweat Melalui Brended Entertainment
Lagu “Gomen Ne Summer” Dari JKT48**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana ilmu Komunikasi**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Disusun Oleh :

Nadila Afifah

1181003016

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA


2022

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

**Tugas Akhir ini merupakan hasil karya milik penulis sendiri,
dan sumber baik yang diikuti maupun dirujuk
telah saya nyatakan benar.**

Nama : Nadila Afifah

NIM : 1181003016

Tanda Tangan : A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nadila Afifah', is written over a horizontal line. Below the line, the name 'NADILA AFIFAH' is printed in a simple, sans-serif font.

Tanggal : 5 Agustus 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nadila Afifah
NIM : 1181003016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Proposal : Analisis Wacana Merek Pocari Sweat
Melalui Brended Entertainment Lagu
“Gomen Ne Summer” Dari JKT48

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratann yang diperlukan untuk memperolehh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Bambang Sukma Wijaya, M.Si.

Pembahas : Rizky Hafiz Chaniago, M.Phil., Ph.D.

Pembahas : Dessy Kania, B.A., M.A., Dr,

Ditetapkan : Jakarta

Tanggal : 5 Agustus 2022



UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kebaikan dan juga berkat yang sangat mulia untuk menyelesaikan penyusunan pada tugas akhir yang berjudul “Analisi Wacana Merek Pocari Sweat Melalui Branded Entertainment Lagu “Gomen Ne Summer” by JKT48” dengan baik dan lancer.

Pada penulisan tugas akhir ini berdasarkan atas pengumpulan data melalui observasi tekstual, penelusuran informasi secara studi Pustaka yang sesuai dan berkaitan dengan topik pada tugas akhir ini. Tujuan penulisan ini agar adalah sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie yang berlokasi di Kawasan Rasuna said, Kuningan, Jakarta Selatan.

Dalam kesempatan ini, penulis dengan kerendahan hati ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan memberikan nasihat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Syamsudin (Papa) dan Muryani (Alm Mama)

Terima kasih kepada kedua orang tuaku yang telah membesarkan dan menjaga sampai saat ini penulis dapat memberikan prestasi yang cukup bagi kedua orang tua, terima kasih juga karena telah memberikan perhatian, dukungan, semangat, serta doa dan nasihat kepada penulis untuk menyelesaikan seluruh kegiatan perkuliahan ini dengan baik.

2. Charles Pangihutan Manurung

Terima kasih kepada kekasihku, teman curhat, dll. Telah memberikan motivasi yang baik dan menjadi pendengar yang baik bagi penulis untuk menjalani perkuliahan ini hingga pada saat menyelesaikan tugas akhir ini penulis selalu merasa semangat dan merasa diperhatikan.

3. Adhitya, Rizky, Amelia

Terima kasih kepada kakak – kakaku yang telah memberikan dukungan yang setulus hati, serta memberikan doa yang baik kepada penulis sehingga penulis

dapat menyelesaikan seluruh kegiatan dari pada kegiatan perkuliahan ini dengan baik.

4. Jiwa

Terima kasih kepada diriku yang sudah mampu bertahan sekuat tenaga menjalani perkuliahan ini hingga pada penyusunan tugas akhir telah melakukan yang terbaik, meskipun saya merasa pada penulisan ini terdapat perlambatan namun karena kegigihan yang penulis lakukan ini dapat berjalan dengan lancar dan juga bisa tepat pada penyelesaian tugas akhir.

5. Gita Tiara, Rezhma Kiki

Terima kasih kepada sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan, dan juga memberikan nasihat – nasihat kepada penulis agar mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat.

6. Bapak Bambang Sukma Wijaya., S.Sos., M.Si., Dr.

Terima kasih kepada Bapak Bambang selaku dosen pembimbing yang dengan sabar mengikuti kemauan penulis untuk bimbingan, selalu sabar memberikan nasihat dan saran – saran terbaik agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat.

7. Mutia Seprina, Legowo Ashabil Phil

Terima kasih kepada sahabat yang setia dalam memberikan dukungan yang penuh, memberi semangat dan juga membantu penulis dalam penyusunan pada skripsi penulis hingga baik dan tepat.

8. Fahmi, Andien, Yovinka, Nada

Terima kasih kepada teman dan kawan – kawan setia penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat dan hiburan bagi penulis selama perkuliahan berlangsung hingga kegiatan di luar perkuliahan.

9. Flo Fadhil, Marsel, Adhit, Agam

Terima kasih kepada teman dan kawan – kawanku yang telah memberikan dukungan dan juga bantuan pada penulisan tugas akhir penulis, serta memberikan dukungan secara bersama – sama untuk memotivasi satu sama lain dalam penyelesaian penelitian ini.

10. Gustiar, Fakhri, Ucaw, Lucky, Aldo, Bonge, Sendy

Terima kasih kepada teman dan kawan – kawanku yang telah memberikan dukungan, semangat dan hiburan bagi penulis selama perkuliahan berlangsung hingga kegiatan di luar perkuliahan.

11. Seluruh staff Universitas Bakrie

Terima kasih kepada Mba Frida, Mba Asri, Mba Rindu, Pak Erhan, Mas Ali Bapak Satpam dan Mas/Mba yang membantu menjaga kebersihan dan keamanan kampus dan bekerja di pagi, hingga malam hari, serta seluruh staff Universitas Bakrie yang selalu memberikan semangat dan energi positif kepada penulis selama perkuliahan berlangsung.

12. Seluruh teman – teman *Marketing Communication* dan Ilmu Komunikasi

Terima kasih kepada seluruh teman – teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah menjadi baik dan *supportive* dalam menjalankan perkuliahan ini.

Jakarta, 05 Agustus 2022



NADILA AFIFAH

Penulis

Nadila Afifah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nadila Afifah
NIM : 1181003016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

(Analisis Wacana Merek Pocari Sweat Melalui Branded Entertaimen Lagu Gomen Ne Summer dari JKT48). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 5 Agustus 2022

Yang menyatakan,



NADILA AFIFAH

Nadila Afifah

ANALISIS WACANA MEREK POCARISWEAT MELALUI BRANDED ENTERTAINMENT LAGU “GOMEN NE SUMMER” DARI JKT48

Nadila Afifah

ABSTRAK

Pocari Sweat adalah satu salah satu merek yang menggunakan strategi pemerekan dan komunikasi pemasaran yang berbeda dalam mengenalkan produk mereka. Menggunakan metode *Brand Discourse Analysis* (BDA) Wijaya, dengan elemen – elemen yang berada didalamnya yaitu: *Brand’s Message* (*promo, promise, prominence*), *Brand’s Mode* (*strategy, style, story*), *Brand’s Medium* (*channel, chain, clique*), dan *Brand’s Milieu* (*climate, context, culture*), penelitian ini merupakan metode khusus untuk menganalisa suatu wacana merek. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa adanya upaya Pocari Sweat dalam melakukan isi pesan dan respon khalayak, realisasi lirik lagu, intermediasi, *story behind* wacana pada lagu “Gomen Ne Summer”. Strategi promosi merek melalui *Branded entertainment* yang dilakukan oleh Pocari Sweat dapat dijadikan inspirasi oleh *brand* lain untuk membuat terobosan yang baru dalam menyajikan sebuah promosi yang berupa lagu.

Kata kunci: Respon Merek, Realisasi Merek, Intermediasi Merek, *Story behind* merek, Wacana Merek.

ANALISIS WACANA MEREK POCARI SWEAT MELALUI BRANDED ENTERTAINMENT LAGU "GOMEN NE SUMMER" DARI JKT48

Nadila Afifah

ABSTRACT

Pocari Sweat is one of the brands that use different branding and marketing communication strategies in introducing their products. Using Wijaya's Brand Discourse Analysis (BDA) method, with the elements in it, namely: *Brand's Message* (promo, promise, prominence), *Brand's Mode* (strategy, style, story), *Brand's Medium* (channel, chain, clique), and *Brand's Milieu* (climate, context, culture), this research is a special method to analyze a brand discourse. The results of the study revealed that Pocari Sweat's efforts in carrying out message content and audience responses, realization of song lyrics, intermediation, story behind discourse on the song "Gomen Ne Summer". The brand promotion strategy through branded entertainment carried out by Pocari Sweat can be used as inspiration by other brands to make new breakthroughs in presenting a promotion in the form of songs.

Kata kunci: Respon Merek, Realisasi Merek, Intermediasi Merek, *Story behind* merek, Wacana Merek.

Keywords: Brand Response, Brand Realization, Brand Intermediation, Brand Story behind, Brand Discourse.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoretis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Konsep yang relevan	10
2.1.1 Komunikasi dan Wacana Merek	10
2.1.2 <i>Branded Entertainment</i>	12
2.1.3 Komunikasi Musik	16
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	19
2.3 Model Kerangka Pemikiran	30
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Desain dan Pendekatan.....	32
3.2 Objek Penelitian	32
3.3 Pengumpulan Data	34
3.3.1 Penelusuran Dokumen.....	34
3.3.2 Dokumentasi Digital	37

3.4 Analisis Data	37
3.5 Triangulasi Data	42
3.6 Operasionalisasi Konsep/Isu	43
BAB IV.....	47
HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Gambaran Konteks Penelitian	47
4.1.1. Produk Pocari Sweat	47
4.1.2 Komunikasi Merek Pocari Sweat	52
4.2. Penyajian Data.....	56
4.2.1. Brand’s Message	56
4.2.2. <i>Brand’s Mode (MODE)</i>	63
4.2.3. <i>Brand’s Medium</i>	65
4.2.4. <i>Brand’s Milieu</i>	68
4.3. Pembahasan	71
4.3.1 Isi Pesan Lagu dan Respon Khalayak “Gomen Ne Summer”	71
4.3.2 Realisasi Lirik Lagu “Gomen Ne Summer”	73
4.3.3 Intermediasi “Gomen Ne Summer”	74
BAB V.....	78
PENUTUP.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	78
5.3 Saran dan Implikasi	79
5.3.1 Saran Teoritis	79
5.3.2 Saran Praktis.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Pocari Sweat</i> product	4
Gambar 1 2 Video Clip JKT48 – Gomen Ne Summer	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 3.1 videoclip iklan Pocari Sweat	33
Gambar 3.2 video clip iklan Pocari Sweat	36
Gambar 3.3 Tentang Pocari Sweat	37
Gambar 3 4 Brand Discourse Analysis	39
Gambar 4.1 Kemasan Pocari Sweat 330ml	50
Gambar 4.2 Kemasan Pocari Sweat 330ml	50
Gambar 4.3 Kemasan Pocari Sweat 500ml	51
Gambar 4.4 Kemasan Pocari Sweat 350ml	51
Gambar 4.5 Kemasan Pocari Sweat 2L	52
Gambar 4.6 Iklan Pocari Sweat versi “Warna Group” (2000)	54
Gambar 4.7 Iklan Pocari Sweat (2004)	54
Gambar 4.8 Iklan Pocari Sweat versi Balon Udara – Eross Sheila On 7 (2005)	55
Gambar 4.9 Iklan Pocari Sweat (2007)	55
Gambar 4.10 Iklan Pocari Sweat (2008)	55
Gambar 4.11 Iklan Pocari Sweat Ion Tubuh Untuk Semua (2009)	56
Gambar 4.12 Iklan Pocari Sweat Love Letter CM (2012)	56
Gambar 4.13 Iklan Klip Video “Gomen Ne Summer”	58
Gambar 4.14 Iklan Klip Video “Gomen Ne Summer”	59
Gambar 4.15 Iklan Klip Video “Gomen Ne Summer”	60
Gambar 4.16 Adegan pada bagian yang mempresentasikan pesan penawaran pada produk Pocari Sweat yang dapat meningkatkan kembali ion dalam tubuh.....	61
Gambar 4.17 Iklan Klip Video “Gomen Ne Summer”	63
Gambar 4.18 Respon khalayak mengenai iklan Pocari Sweat	72
Gambar 4.19 Postingan Instagram Pocari Sweat	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rangkuman Analisis Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	43
Tabel 4.1 Media, platform, dan apps wacana merek Pocari Sweat	66
Tabel 4.2 Intermediary links wacana merek Pocari Sweat.....	67