

SKRIPSI
REPRESENTASI NILAI-NILAI BELA NEGARA DALAM IKLAN TRI
VERSI “JARINGAN BARU TRI UNTUK INDONESIA MAJU”

Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Tugas Akhir (Strata-1)



Disusun Oleh :

Muhammad Rizky Aryanto

18052010025

Dosen Pembimbing I :

Aileena Solicitor C.R.E.C, S.T, M.Ds.

Dosen Pembimbing II :

Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2023

SKRIPSI

**REPRESENTASI NILAI-NILAI BELA NEGARA DALAM IKLAN TRI
VERSI “JARINGAN BARU TRI UNTUK INDONESIA MAJU”**

Disusun Oleh:

MUHAMMAD RIZKY ARYANTO

18052010025


Telah dipertahankan didepan Tim Penguji

Pada tanggal: 3 Januari 2023

Pembimbing I


Penguji I


Aileen Solicitor C.R.E.C., S.T., M.Ds
NPT. 182 19870119 076


Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds
NIP. 19880428 201803 2001

Pembimbing II

Penguji II


Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds
NIP. 19900611 201803 2001


Aditva Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom
NI PPPK. 19810929 202121 1002

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



Ibnu Sholichin, S.T., M.P
NI PPPK. 19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN

**REPRESENTASI NILAI-NILAI BELA NEGARA DALAM IKLAN TRI
VERSI “JARINGAN BARU TRI UNTUK INDONESIA MAJU”**

Disusun Oleh:

MUHAMMAD RIZKY ARYANTO

18052010025

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji

Pada tanggal: 3 Januari 2023

Pembimbing I



Aileen Solicitor C.R.E.C., S.T., M.Ds
NPT. 182 19870119 076

Pembimbing II



Diana Agidatun Nisa, S.T., M.Ds
NIP. 19900611 201803 2001

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Desain (S-1)

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Dyan Agustin, S.T., M.T
NI PPPK. 19770817 2021 212004

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rizky Aryanto

NPM : 18052010025

Jurusan : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Judul Skripsi : Representasi Nilai-Nilai Bela Negara Dalam Iklan Tri Versi “Jaringan Baru
Tri Untuk Indonesia Maju”

Dengan sebenar-benarnya, peneliti menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat hasil penelitian yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi maupun hasil penelitian lain, kecuali yang tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Surabaya, 3 Januari 2023



Muhammad Rizky Aryanto

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya sampaikan kepada Allah SWT dengan berkah dan rahmat-nya saya dapat memperoleh kelancaran dalam proses pengerjaan skripsi dengan judul “Representasi Nilai-Nilai Bela Negara Dalam Iklan Tri Versi “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju””. Adapun penulisan skripsi dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan saya dukungan serta bimbingan dalam penyusunan tugas akhir ini:

1. Kepada Allah SWT.
2. Kepada diri sendiri yang telah berhasil menyelesaikan skripsi ini.
3. Orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dalam hal material dan moral tanpa meminta balasan apapun.
4. Bapak Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom selaku koordinator tugas akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual – S1
5. Ibu Aileena Solicitor C.R.E.C., S. T., M.Ds. selaku dosen pembimbing pertama yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam perancangan ini.
6. Ibu Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds. selaku pembimbing kedua yang telah memberikan masukan dalam penulisan laporan.
7. Badzlin Syarafina sebagai kerabat mengerjakan Tugas Akhir di Lab. Perancangan TA yang telah memberikan dukungan motivasi.
8. Seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung memberi bantuan dan dukungan kepada saya selama pengerjaan tugas akhir ini.

Perlu disadari bahwa laporan dan perancangan ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan. Akhirnya semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 3 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tinjauan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	5
2.1 Tinjauan Representasi	5
2.2 Tinjauan Bela Negara	5
2.3 Tinjauan Iklan	9
2.3.1 Jenis-Jenis Iklan.....	9
2.3.2 Videografi.....	11
2.4 Landasan Teori.....	16
2.4.1 Desain Komunikasi Visual	16
2.5 Visual Metodologi Gillian Rose	16
2.6 Semiologi Charles Sanders Peirce.....	17
2.7 Linguistik Dalam Semiotika C.S Peirce	20
2.8 Peran Internet di Era 4.0	20

2.9 Kerangka Berpikir	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Metode Penelitian	22
3.2 Sasaran Penelitian	22
3.3 Unit Analisis	23
3.3.1 Aspek Visual.....	23
3.3.2 Aspek Teknis	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5 Teknik Analisis Data	29
BAB IV OBJEK PENELITIAN	31
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	31
4.1.1 Sekilas Tentang Iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”.....	31
4.1.2 Sinopsis Iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	31
4.2 Video Iklan Tri Versi “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	32
4.3 Unsur-Unsur Pokok Penelitian Iklan Tri Versi “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	32
4.3.1 Aspek Visual Pembentuk Tanda.....	32
4.3.2 Aspek Teknis Pembentuk Tanda	35
BAB V HASIL PENELITIAN.....	40
5.1 Temuan Penelitian	40
BAB VI PEMBAHASAN	112
6.1 Pembahasan	112
BAB VII KESIMPULAN.....	116
7.1 Kesimpulan.....	116
7.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Video Data Analog	12
Gambar 2. 2 Video Data Digital	12
Gambar 2. 3 Bird Eye Level	13
Gambar 2. 4 High Angle.....	13
Gambar 2. 5 Low Angle	13
Gambar 2. 6 Eye Level	14
Gambar 2. 7 Frog Eye.....	14
Gambar 2. 8 Dolly (Track)	15
Gambar 2. 9 Crab.....	15
Gambar 2. 10 Zooming.....	15
Gambar 2. 11 Self of image it self.....	17
Gambar 2. 12 Skema Tanda Semiotika	18
Gambar 2. 13 Triangle C.S Peirce	19
Gambar 2. 14 Kerangka Berpikir	21
Gambar 3. 1 Big Close Up.....	25
Gambar 3. 2 Close Up	26
Gambar 3. 3 Medium Shot	26
Gambar 3. 4 Knee Shot.....	26
Gambar 3. 5 Full Shot.....	27
Gambar 3. 6 Extreme Long Shot	27
Gambar 3. 7 One Shot	27
Gambar 3. 8 Two Shot.....	28
Gambar 3. 9 Three Shot.....	28
Gambar 4. 1 Contoh warna sebagai aspek visual pembentuk tanda dalam iklan ini.....	33
Gambar 4. 2 Contoh ukuran sebagai aspek visual pembentuk tanda	34
Gambar 4. 3 Contoh ruang sebagai aspek visual pembentuk tanda	35
Gambar 4. 4 Contoh kontras sebagai aspek visual pembentuk tanda.....	35
Gambar 4. 5 Contoh Extreme Long Shot Sebagai Aspek Teknis Pembentuk Tanda	36
Gambar 4. 6 Contoh teknik frog eye sebagai aspek teknis pembentuk tanda	36
Gambar 4. 7 Contoh teknik low angle sebagai aspek teknis pembentuk tanda.....	36

Gambar 4. 8 Contoh teknik eye level sebagai aspek teknis pembentuk tanda	37
Gambar 4. 9 Contoh teknik big close up sebagai aspek teknis pembentuk tanda	37
Gambar 4. 10 Contoh teknik medium shot sebagai aspek teknis pembentuk tanda (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	38
Gambar 4. 11 Contoh teknik knee shot sebagai aspek teknis pembentuk tanda (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	38
Gambar 4. 12 Contoh teknik one shot sebagai aspek teknis pembentuk tanda (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	39
Gambar 4. 13 Contoh teknik two shot sebagai aspek teknis pembentuk tanda (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	39
Gambar 4. 14 Contoh teknik three shot sebagai aspek teknis pembentuk tanda (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	39
Gambar 5. 1 Scene 1 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	40
Gambar 5. 2 Scene 2 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	40
Gambar 5. 3 Scene 3 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju" (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	41
Gambar 5. 4 Scene 4 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"(<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	41
Gambar 5. 5 Scene 5 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	41
Gambar 5. 6 Scene 6 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	42
Gambar 5. 7 Scene 7 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju" (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	42
Gambar 5. 8 Scene 8 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju" (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	42
Gambar 5. 9 Scene 9 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"(<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	43
Gambar 5. 10 Scene 10 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"(<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	43
Gambar 5. 11 Scene 11 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"(<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	43
Gambar 5. 12 Scene 12 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"(<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	44

Gambar 5. 13 Scene 13 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"(Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s)	44
Gambar 5. 14 Scene 14 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju" (Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s)	44
Gambar 5. 15 Scene 15 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"(Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s).....	45
Gambar 5. 16 Scene 16 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju" (Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s).....	45
Gambar 5. 17 Scene 17 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"(Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s).....	46
Gambar 5. 18 Scene 18 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"(Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s).....	46
Gambar 5. 19 Scene 19 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	46
Gambar 5. 20 Scene 20 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	46
Gambar 5. 21 Scene 1 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	71
Gambar 5. 22 Scene 2 Shot 1-3 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	72
Gambar 5. 23 Scene 3 Shot 1 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	73
Gambar 5. 24 Scene 3 Shot 2 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	74
Gambar 5. 25 Scene 4 Shot 1 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	74
Gambar 5. 26 Scene 4 Shot 2 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	75
Gambar 5. 27 Scene 5 Shot 1-2 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju".....	76
Gambar 5. 28 Scene 5 Shot 3 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	76
Gambar 5. 29 Gambar 5.29 Scene 6 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju" (Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s)	77
Gambar 5. 30 Scene 7 Shot 1-2 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju".....	78
Gambar 5. 31 Scene 8 Shot 1-3 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju".....	79
Gambar 5. 32 Scene 9 Shot 1-2 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju".....	79
Gambar 5. 33 Scene 10 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	80
Gambar 5. 34 Scene 11 Shot 1 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	80
Gambar 5. 35 Scene 11 Shot 2-3 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju".....	81
Gambar 5. 36 Scene 11 Shot 4 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	82
Gambar 5. 37 Scene 12 Shot 1-2 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju".....	82
Gambar 5. 38 Scene 13 Shot 1-2 dalam iklan "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju"	83

Gambar 5. 39 Scene 17 Shot 1-2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	83
Gambar 5. 40 Scene 17 Shot 3-4 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	84
Gambar 5. 41 Scene 18 Shot 1-2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	85
Gambar 5. 42 Scene 19 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	85
Gambar 5. 43 Scene 1 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	86
Gambar 5. 44 Scene 4 Shot 2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	87
Gambar 5. 45 Scene 5 Shot 3 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	87
Gambar 5. 46 Scene 6 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	88
Gambar 5. 47 Scene 7 Shot 1-2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	89
Gambar 5. 48 Scene 10 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	89
Gambar 5. 49 Scene 11 Shot 1 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	90
Gambar 5. 50 Scene 11 Shot 2-3 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	91
Gambar 5. 51 Scene 11 Shot 4 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	91
Gambar 5. 52 Scene 12 Shot 1-2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	92
Gambar 5. 53 Scene 13 Shot 1-2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	93
Gambar 5. 54 Scene 14 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	93
Gambar 5. 55 Scene 16 Shot 1&3 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” ...	94
Gambar 5. 56 Scene 17 Shot 1-2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	94
Gambar 5. 57 Scene 17 Shot 3-4 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	95
Gambar 5. 58 Scene 18 Shot 1-2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	96
Gambar 5. 59 Scene 19 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	96
Gambar 5. 60 Scene 11 Shot 1 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	97
Gambar 5. 61 Scene 11 Shot 2-3 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	98
Gambar 5. 62 Scene 11 Shot 4 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	99
Gambar 5. 63 Scene 14 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	99
Gambar 5. 64 Scene 17 Shot 1-2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	100

Gambar 5. 65 Scene 19 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” (<i>Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=Qdjlgz2k4og&t=1s</i>)	100
Gambar 5. 66 Scene 1 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	102
Gambar 5. 67 Scene 4 Shot 2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	102
Gambar 5. 68 Scene 5 Shot 3 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	103
Gambar 5. 69 Scene 6 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	103
Gambar 5. 70 Scene 7 Shot 1-2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	104
Gambar 5. 71 Scene 10 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	104
Gambar 5. 72 Scene 11 Shot 2-3 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” ...	105
Gambar 5. 73 Scene 12 Shot 1-2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” ...	106
Gambar 5. 74 Scene 13 Shot 1-2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” ...	106
Gambar 5. 75 Scene 17 Shot 3-4 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” ...	107
Gambar 5. 76 Scene 18 Shot 1-2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” ...	107
Gambar 5. 77 Scene 7 Shot 1-2 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	108
Gambar 5. 78 Scene 11 Shot 2-3 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” ...	109
Gambar 5. 79 Scene 11 Shot 4 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju”	110
Gambar 5. 80 Scene 17 Shot 3-4 dalam iklan “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” ...	110

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Scene 1.....	30
------------------------	----

ABSTRAK

Pada era 4.0 saat ini, membawa perubahan teknologi secara pesat. Saat ini, digitalisasi seperti *gadget* dan elektronik sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Untuk mendapatkan waktu respon yang lebih cepat maka dibutuhkan jaringan yang lebih cepat pula. Banyak perusahaan operator jaringan yang bersaing untuk memikat hati konsumen. Salah satu strategi yang digunakan adalah menggunakan sponsor/iklan, namun pada era saat ini banyak perusahaan yang membuat iklan yang meninggalkan unsur nasionalisme dan mengarah kebarat-baratan. Oleh karena itu, guna mempertahankan jiwa nasionalisme untuk Indonesia, peneliti menganalisis iklan yang menurut peneliti masih terdapat sikap atau indikator dari nilai-nilai bela negara yang di setiap *scene* atau adegannya merepresentasikan sikap bela negara.

Dalam melakukan riset, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk membedah, mengkaji makna, tanda-tanda dalam komunikasi visual dan perilaku yang merepresentasikan adanya nilai-nilai bela negara yang ada dalam iklan tri versi “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” Melalui teori semiotika Charles Sanders Peirce yang mengemukakan teori segitiga makna yang terdiri dari tiga elemen utama, yaitu tanda, objek dan interpretan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam iklan Tri versi “Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju” merepresentasikan nilai-nilai bela negara yang terlihat pada simbol-simbol dalam iklan tersebut. dari indikator nilai-nilai bela negara dalam iklan ditunjukkan dengan adanya sikap bangga terhadap kekayaan alam di Indonesia.

Indikator nilai-nilai bela negara direpresentasikan melalui sikap rasa cinta dan bangga terhadap tanah air, melaksanakan profesi masing-masing untuk memajukan bangsa dan negara, mengenalkan alat musik tradisional sampe ke dunia melalui sosial media, dan memajukan serta mengembangkan bangsa Indonesia dengan membangun struktur jaringan sinyal yang ada di pelosok nusantara.

Kata Kunci: Semiotika, Jaringan Internet, Nilai, Bela Negara, Iklan

ABSTRACT

In the current 4.0 era, rapid technological changes were brought. Currently, digitalization such as gadgets and electronics is needed by the community. To get a faster response time, a faster network is also needed. Many network operator companies compete to attract consumers. One of the strategies used is sponsorship/advertising, but in the current era, many companies make advertisements that leave elements of nationalism and lead to westernism. Therefore, in order to maintain the spirit of nationalism for Indonesia, researchers analyzed advertisements which according to researchers still contained attitudes or indicators of state defense values which in each scene represented the attitude of defending the country.

In conducting the research, the researcher uses a qualitative descriptive method to dissect, examine the meaning, signs in visual communication and behavior that represent the values of defending the country in the tri version of the advertisement "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju" Through Charles Sanders' semiotic theory Peirce put forward the theory of the triangle of meaning which consists of three main elements, namely sign, object and interpretant.

The results of the study show that in Tri's ad version "Jaringan Baru Tri Untuk Indonesia Maju" represents the values of defending the country as seen in the symbols in the ad. from the indicators of the values of defending the country in advertisements, it is shown by a proud attitude towards natural wealth in Indonesia.

Indicators of state defense values are represented through an attitude of love and pride for the homeland, carrying out their respective professions to advance the nation and state, introducing traditional musical instruments to the world through social media, and promoting and developing the Indonesian nation by building a signal network structure which are located throughout the archipelago.

Keywords: Semiotics, Internet Network, Value, Defend the Country, Advertisement