



**Representasi Indonesia dalam Media Sosial
(Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Akun Instagram
@instanusantara)**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata 1
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun :

**Nama : Keke Meidyluana Sitalaksmi
NIM : 14030111130065**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2016

ABSTRAKSI

**Judul Skripsi : Representasi Indonesia dalam Media Sosial
(Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Akun Instagram
@instanusantara)**
Nama : Keke Meidyluana Sitalaksmi
NIM : 14030111130065
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Instanusantara merupakan salah satu akun di media sosial instagram yang menyajikan foto-foto tentang keindahan alam dan budaya yang ada di Indonesia. Foto yang ada di akun instanusantara seluruhnya diambil di Indonesia dan berupa foto keindahan alam maupun budaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi Indonesia melalui analisis Semiotika dan juga untuk membongkar mitos apa yang ingin dibangun oleh Instanusantara. Dalam menganalisis akun instagram Instanusantara ini peneliti menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes, dimana dalam teori ini dinyatakan terdapat dua sistem tanda yakni denotasi dan konotasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa makna denotasi dari 12 foto yang dianalisis menyebutkan bahwa pariwisata Indonesia adalah wisata yang berhubungan dengan alam, merupakan foto pantai atau gunung, didominasi dengan foto berwarna hijau atau biru, merupakan foto landscape, ada logo instanusantara disetiap foto dan ada keterangan yang menjelaskan foto tersebut.

Konotasi dari 12 foto ini menunjukkan bahwa wisata di Indonesia tidak hanya Bali, Indonesia adalah sebuah Negara kepulauan, pariwisata Indonesia adalah wisata alam, foto landscape digunakan untuk mengambil objek foto berupa pemandangan, logo instanusantara digunakan untuk menunjukkan identitas Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa Indonesia direpresentasikan sebagai sebuah Negara kepulauan/nusantara yang indah, pariwisata Indonesia adalah wisata yang menyajikan keindahan alam budaya, dan Indonesia tidak hanya identik dengan Bali seperti apa yang orang tahu selama ini.

Kata kunci: Indonesia; instagram; media sosial; semiotika; Roland Barthes

ABSTRACT

Title : Indonesian Representation in Social Media
(Semiotic Analysis of Roland Barthes in @instanusantara
Instagram Account)
Name : Keke Meidyluana Sitalaksmi
Student No. : 14030111130065
Major : Communication Science

Instanusantara is one of the social media account in instagram that present natural beauty and culture photo of Indonesia. All of photos in @instanusantara entirely taken in Indonesia and is a natural and cultural beauty photo.

The aim of this research is to know the Indonesian representation based on Semiotic analysis and to dismantle the myth of what was built by instanusantara. In analyzing this Instanusantara instagram account using semiotic researchers from Roland Barthes, which in the theory is stated that there are two systems sign denotation and connotation.

The results of this study showed that the denotation of the 12 pictures are analyzed mentioning that Indonesia's tourism is travel related to nature, a photograph of the beach or mountains, is dominated by color photo of green or blue, is a landscape photo, instanusantara's logo in every picture and there is a description that explains the photo.

Connotations of 12 and shows that travel in Indonesia is not only Bali, Indonesia is an archipelagic country, Indonesia's tourism is nature, landscape photographs used to take pictures as scenery objects, logos instanusantara used to indicate the identity of Indonesia.

Based on these results, it can be concluded that Indonesia is represented as an beautiful archipelago / Nusantara, Indonesian tourism is a tour that presents the natural beauty of the culture, and Indonesia is not only synonymous with Bali as what people know so far.

Keywords : Indonesia; instagram; social media; representation; semiotic; Roland Barthes

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kita sedang berada di era media baru (*new media*), melalui media baru ini individu mulai bisa mengkonstruksi dunia menurut pandangan masing-masing. Mereka menggunakan media baru sebagai rujukan referensi dalam mencari informasi yang mereka butuhkan. Bentuk dari media baru ini adalah internet.

Banyak informasi yang akan kita dapat dan bisa kita pelajari melalui internet, salah satunya adalah informasi tentang Indonesia. Internet menyediakan banyak sekali pembahasan tentang Indonesia dari berbagai aspek dan sudut pandang yang berbeda-beda. Dengan banyaknya informasi tentang Indonesia yang ada di internet, membuat masyarakat lebih mudah belajar dan mengetahui berbagai hal tentang Indonesia.

Tidak dapat dipungkiri, orang belajar tentang pariwisata Indonesia melalui internet. Internet telah ikut adil dalam mendongkrak serta menaikkan jumlah wisatawan manca negara ataupun domestik yang ingin mengetahui negara Indonesia khususnya dalam segi pariwisata. Pariwisata menjadi sebuah kebutuhan penting di era digital seperti ini, orang lebih terbantu dan menjadi sangat praktis untuk mengakses informasi bahkan perkembangan dunia pariwisata di dunia yang seiring waktu terus berkembang dan bertambah.

Salah satu produk dari internet yang banyak memberikan informasi kepada masyarakat tentang Indonesia adalah media sosial. Saat ini media sosial tidak hanya digunakan untuk berinteraksi dengan sesama, namun juga bisa digunakan sebagai media untuk belajar dan mencari informasi tentang Indonesia.

@instanusantara merupakan salah satu akun yang memberikan informasi kepada masyarakat tentang pariwisata Indonesia melalui foto. Sampai saat ini, @instanusantara memiliki lebih dari 150.000 *followers*/pengikut di Instagram dan foto lebih dari 2.500.

Di Indonesia sendiri, hal ini akan semakin didukung apabila akun-akun yang memberikan informasi tentang kekayaan dan keindahan alam serta budaya Indonesia mampu merepresentasikan Indonesia secara baik kepada masyarakat.

Sampai saat ini, representasi tentang pariwisata Indonesia yang dihadirkan melalui media masih terbatas pada beberapa tempat saja, misalnya Bali. Apabila ditanya tentang apa *icon* pariwisata Indonesia, sebagian besar jawabannya adalah Bali, Monas, dan Borobudur karena beberapa *icon* tersebut memang banyak dibahas dan identik dengan Indonesia. Masyarakat mengenal Bali sebagai tujuan wisata dari wisatawan domestik maupun mancanegara karena Bali dinilai memiliki keindahan alam dan budaya yang indah. Selain itu banyak orang asing yang tidak mengetahui Indonesia, tapi mereka tahu tentang Bali dan mereka pikir Indonesia adalah bagian dari pulau Bali.

Akun instagram @instanusantara ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat nasional maupun internasional bahwa Indonesia itu tidak hanya identik dengan Bali, Monas, dan Borobudur saja, namun Indonesia memiliki kekayaan alam dan budaya beragam yang tersebar diseluruh wilayah negara ini.

Representasi adalah proses dimana kata-kata dan gambar dipakai untuk mewakili ide, individu dan grup-grup sosial. Representasi kini amat terkait dengan kehidupan media. Dalam dunia modern, media memegang posisi penting sebagai agen yang menyebarkan dan menyalurkan makna, terutama makna kolektif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikatakan sebelumnya, yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah, Bagaimana representasi Indonesia dalam akun instagram @instanusantara ?

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana representasi dan membongkar mitos Indonesia dalam akun instagram @instanusantara.

BAB II

GAMBARAN UMUM

Instanusantara adalah akun instagram yang dibuat oleh Andi Afriansyah (@afrijayaps) pada 01 Maret 2012. Dalam aktivitas awal hariannya, @instanusantara melakukan pemilihan foto foto keindahan alam dan budaya

Indonesia lalu diposting di galeri @instanusantara. Instanusantara sengaja dibuat memang dengan tujuan untuk berkomunitas. Dari situ, Andi menggalakan *hashtag* #Instanusantara di setiap foto dan video yang memamerkan konten keindahan alam Indonesia dan warisan budaya.

Setiap harinya Instanusantara memberikan tantangan untuk para anggota mengunggah foto terbaiknya tentang budaya dan keindahan alam Indonesia. Jika mencari hastag #instanusantara di Insatagram, kita akan menemui banyak foto-foto amatir dan profesional yang membuat takjub dan tidak menyangka banyak sisi wilayah di Indonesia yang perlu dieksplor lebih lanjut.

BAB III

HASIL

3.1 Makna Denotasi dari 12 foto di @instanusantara yang dijadikan objek penelitian adalah sebagai berikut ini :

- Tempat wisata di Indonesia adalah wisata yang berhubungan dengan alam dan budaya.
- Foto yang ada di @instanusantara adalah foto pantai atau foto gunung.
- Wisata yang ada di Indonesia Masih alami dan jauh dari kata modern.
- Berwarna biru/hijau
- Merupakan foto *landscape*
- Masih bersih
- Ada logo instanusantara *of the day* di setiap foto yang ada dalam @instanusantara
- Ada teks yang menjelaskan tentang foto tersebut atau yang kita kenal dengan *caption*.
- Ada keterangan siapa yang mengirim foto tersebut

3.2 Makna Konotasi dari 12 foto di @instanusantara yang dijadikan objek penelitian adalah sebagai berikut ini :

- Indonesia tidak hanya identik dengan Bali
- Indonesia adalah sebuah negara kepulauan yang memiliki banyak potensi wisata alam

- Indonesia sebagai negara kepulauan ini juga digunakan sebagai pemilihan nama Instanusantara. Nusantara adalah sebutan bagi seluruh wilayah kepulauan Indonesia.
- Pariwisata di Indonesia adalah wisata yang menawarkan keindahan pemandangan alam dan budaya.
- Fotografi *landscape* digunakan agar objek foto yang dihasilkan lebih luas.
- Instanusantara *of the day* adalah semacam *tagline*. *Of the day* sendiri berarti menunjukkan sesuatu yang sedang populer dan banyak dibicarakan saat itu.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Representasi Indonesia dalam akun instagram @instanusantara

Indonesia dalam @instanusantara direpresentasikan sebagai sebuah negara kepulauan yang indah dengan beragam kekayaan alam budaya dan keramahan penduduk didalamnya. Sehingga ini yang ditawarkan oleh wisata yang ada di Indonesia karena menambah nilai jual wisata Indonesia di mata wisatawan. Foto-foto yang menampilkan keindahan pemandangan alam Indonesia menunjukkan bagaimana keindahan sebuah negara kepulauan luas dengan berbagai potensi yang ada di dalamnya.

Oleh Instanusantara, Indonesia juga direpresentasikan sebagai sebuah Negara dengan kekayaan alam yang indah dan beragam. Kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia ini juga menjadi salah satu daya tarik wisata yang ada di Indonesia. Indonesia memiliki wisata alam yang beragam dan masih alami sehingga cocok untuk dijadikan tujuan berlibur.

4.2 Mitos Indonesia dalam akun instagram @instanusantara

Mitos yang ada dalam akun instagram @instanusantara ini menunjukkan bahwa Indonesia itu tidak hanya identik dengan Bali. Dengan berbagai foto yang diambil dari banyak daerah yang ada di Indonesia menunjukkan kepada khalayak bahwa pariwisata di Indonesia tidak hanya Bali seperti anggapan orang selama ini.

Selain itu, perubahan pola mencari informasi oleh masyarakat yang sedang populer ini juga mendasari timbulnya akun-akun yang memberikan informasi

yang dibutuhkan oleh masyarakat, salah satunya adalah tentang pariwisata. Saat ini kita sedang berada di era media baru dimana orang-orang memilih melakukan interaksi dengan sesamanya melalui media elektronik. Salah satu media yang banyak digunakan khlayak untuk berinteraksi dengan sesamanya adalah media sosial. media sosial banyak digunakan untuk berinteraksi dengan sesamanya karena memiliki banyak kemudahan dan dapat dijangkau secara luas. Salah satu media sosial yang banyak digunakan dan sedang populer di kalangan masyarakat saat ini adalah instagram.

Instanusantara adalah salah satu akun instagram yang menyajikan foto tentang keindahan alam dan budaya Indonesia yang bisa dijadikan destinasi wisata baik yang sudah dikenal ataupun belum dikenal oleh masyarakat. Instanusantara memberikan gambaran kepada kita tentang banyak tempat di Indonesia yang memiliki keindahan dan tidak ada di tempat lainnya.

Menurut KBBI, Nusantara adalah sebutan (nama) bagi seluruh wilayah kepulauan Indonesia. Sesuai dengan namanya instanusantara menggambarkan bagaimana keindahan alam dan budaya nusantara melalui foto. Nusantara adalah sebutan lain bagi Indonesia, dalam sejarah nusantara berarti Indonesia. Nusantara digunakan dalam penggunaan nama akun Instanusantara karena akun ini ingin menunjukkan dirinya sebagai identitas nasional. Instanusantara mencantumkan nusantara agar lebih bisa dikenal oleh orang dan akan langsung diketahui bahwa instanusantara adalah akun instagram tentang Indonesia dengan hanya membaca namanya saja.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis semiotika pada akun instagram @instanusantara yang telah peneliti lakukan, maka hasil representasi tentang Indonesia yang muncul adalah sebagai berikut ini :

1. Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan

Foto-foto yang ada di akun instagram @instanusantara seluruhnya menunjukkan bahwa Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan

dengan keindahan alam dan budaya yang tersebar di seluruh wilayahnya. Setiap foto yang terpilih merupakan foto yang bisa merepresentasikan Indonesia sebagai negara kepulauan dengan keindahan yang ada didalamnya.

2. Pariwisata Indonesia sebagian besar adalah wisata alam/nature

Sebagai negara kepulauan yang luas, potensi wisata alam di Indonesia sangat beragam. Banyak tempat wisata yang berhubungan langsung dengan alam, misalnya adalah gunung dan pantai beserta dengan keindahan bawah lautnya. Foto yang ada di akun instagram @instanusantara menunjukkan potensi wisata alam yang indah dan menarik untuk didatangi. Banyak tempat di Indonesia yang masih sangat natural dan belum banyak bangunan buatan yang ada di sekitarnya, jadi masih sama seperti keadaan aslinya.

3. Indonesia tidak hanya identik dengan Bali.

Akun instagram @instanusantara menunjukkan kepada khalayak bahwa keindahan alam dan budaya Indonesia tidak hanya terletak di Bali, namun tersebar di seluruh wilayah kepulauan Indonesia.

5.2 Saran

5.2.1 Akademis

Untuk kalangan akademik, penelitian ini bisa digunakan sebagai acuan untuk penelitan selanjutnya. Penelitian yang dilakukan tentang identitas keIndonesiaan masih sedikit, jadi bisa diperbanyak untuk melakukan penelittian yang berhubungan dengan keIndonesiaan.

5.2.2 Praktis

Instanusantara sebaiknya tetap terus memberikan informasi tentang tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia dan belum banyak diketahui.

5.2.3 Sosial

Masyarakat sebaiknya menyadari bahwa pariwisata di Indonesia itu indah dan beragam. Kita harus bangga dengan potensi alam dan budaya yang ada di Indonesia, kita juga bisa mulai mengenalkan keindahan alam dan budaya Indonesia melalui media sosial masin-masing. Rasa bangga terhadap tanah air

juga bisa ditunjukkan dengan memilih untuk berlibur di Indonesia dan tidak pergi berlibur ke luar negeri karena Indonesia memiliki keindahan alam yang indah dan sangat beragam yang patut kita kunjungi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Yuyung. 2012. *Photography From My Eyes*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Aditya, Ramadhan. "Kisah Kevin Systrom, Si Pencipta Instagram" <http://www.infosumbar.net/tekno-sains/kisah-kevin-systrom-si-pencipta-instagram/>. Diakses pada tanggal 1 Februari 2016.
- Barthes, Roland. 2004. *Mitologi*. (Terj. Nurhadi dan Sihabul Millah). Kreasi Wacana: Yogyakarta
- Berger, Arthur Asa. 2005. *Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer : Suatu Pengantar Semiotika*. Tiara Wacana: Yogyakarta
- Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies : Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Jalasutra: Yogyakarta
- Kaplan, Andreas M. and Michael Haenlein. 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons
- Kemenpar. "Indonesia Sekilas" <http://www.indonesia.travel/overview/detail/6/indonesia-sekilas>. Diakses pada tanggal 22 Februari 2016.
- Kemenpar. "Keunikan Indonesia" <http://www.indonesia.travel/info/detail/14/keunikan-indonesia>. Diakses pada tanggal 22 Februari 2016.
- Littlejohn, Stephen W. 1998. *Theories of Human Communication, Sixth Edition*. Wadsworth Company
- Mc, Quail. 1994. *Teori Komunikasi Massa*, Mitra Media: Jakarta
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda Karya: Bandung
- Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Jalasutra : Yogyakarta

Rahmafritria, Fitri. “*Membangun Identitas melalui Pariwisata*”.

<http://mrl.upi.edu/membangun-identitas-melalui-pariwisata/>. Diakses pada tanggal 22 Februari 2016.

Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. PT.Remaja Rosda Karya : Bandung

_____. 2004. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisa Wacana, Analisa Semiotik, dan Analisa Framing*. PT. Remaja Rosda Karya : Bandung

<http://tekno.tempo.co/read/news/2012/04/10/072396046/pendiri-instagram-muda-terberkati-dan-kaya-raja>. Diakses pada tanggal 1 Februari 2016.

<http://www.pewinternet.org/2015/08/19/the-demographics-of-social-media-users/>. Diakses pada tanggal 1 Februari 2016.

<http://blog.instanusantara.com/about>. Diakses pada tanggal 1 Februari 2016.

<http://daily.oktagon.co.id/mengeksplorasi-kekayaan-indonesia-lewat-instanusantara/>. Diakses pada tanggal 23 September 2016.