Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi
Volume 11. No. 4. (2026), hlm 649-660
ISSN Online : 2527-9173
Received : August,03,2026 | Reviewed : August,23,2026 | Accepted : September,09,2026

REPRESENTASI KEBANGSAAN INDONESIA DI PANGGUNG INTERNASIONAL (ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE PADA INSTAGRAM @PRESIDENREPUBLIKINDONESIA)

Yuliana Choerul Reza[1], Yan Kurniawan[2], Audry Shika Azahra[3]
Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur, Jakarta Indonesia;
Yulianacr@budiluhur.ac.id[1], soalkampus@gmail.com[2], 2471500773@student.budiluhur.ac.id[3]
*Correspondence : Yulianacr@budiluhur.ac.id

ABSTRAK
Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi representasi kebangsaan Indonesia melalui tanda visual pada unggahan Instagram resmi Presiden Republik Indonesia (@presidenrepublikindonesia) terkait Sidang Majelis Umum ke-80 PBB, 21–25 September 2025. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce melalui relasi representamen, objek, dan interpretant. Data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi terhadap tiga unggahan aktivitas diplomasi Presiden. Hasil penelitian mengidentifikasi tiga bentuk diplomasi visual, yaitu diplomasi relasional melalui interaksi Presiden dengan Sekretaris Jenderal PBB yang merepresentasikan hubungan kelembagaan internasional; diplomasi diskursif melalui kehadiran Presiden di podium PBB yang merepresentasikan suara dan posisi Indonesia dalam diskursus global; serta diplomasi multilateral melalui interaksi dengan pemimpin negara lain yang merepresentasikan partisipasi dalam dialog internasional. Tanda visual berupa bendera, pakaian resmi, gestur, podium, ruang diplomatik, dan interaksi antarpemimpin tidak sekadar mendokumentasikan aktivitas, tetapi mengonstruksi citra Indonesia sebagai negara aktif dan konstruktif. Temuan ini menegaskan peran diplomasi visual melalui media sosial institusional dalam mendukung *nation branding* Indonesia di ruang digital.

Kata kunci
Diplomasi Digital, Nation Branding, Representasi Kebangsaan, Semiotika Charles Sanders Peirce, Visual Diplomacy

ABSTRACT
This study aims to analyze the construction of Indonesian national identity through visual signs in posts on the official Instagram account of the President of the Republic of Indonesia (@presidenrepublikindonesia) during the 80th United Nations General Assembly, September 21–25, 2025. Employing a qualitative approach, the study applies Charles Sanders Peirce's semiotic analysis through the relationship between representamen, object, and interpretant. Data were collected through observation and documentation of three posts depicting presidential diplomatic activities. The findings identify three forms of visual diplomacy: relational diplomacy, represented by interactions with the UN Secretary-General; discursive diplomacy, reflected in the President's presence at the UN podium; and multilateral diplomacy, illustrated by engagements with other world leaders. Visual signs, including flags, formal attire, gestures, podiums, diplomatic settings, and interactions, construct Indonesia's image as an active and constructive international actor. These findings highlight the role of institutional social media in supporting Indonesia's nation branding through visual diplomacy in digital spaces.

Keywords
Charles Sanders Peirce's Semiotics, Digital Diplomacy, Nation Branding, National Representation, Visual Diplomacy

Pendahuluan

Perkembangan era digital telah membawa perubahan fundamental dalam cara hubungan internasional dan aktivitas kenegaraan dijalankan. Arus informasi yang cepat dan melintasi batas negara melalui jaringan digital memungkinkan aktor negara berinteraksi secara lebih langsung dengan publik global. Digitalisasi ini memperkuat penggunaan teknologi sebagai sarana diplomasi, penyampaian aktivitas kenegaraan, serta pembentukan pemahaman publik terhadap identitas nasional di tingkat internasional (Indrawan et al., 2023).

Pada lanskap tersebut, media sosial berperan sebagai ruang penting untuk menampilkan identitas (Arifin et al., 2025), aktivitas, dan posisi suatu negara dalam hubungan internasional. Platform seperti Instagram, Twitter, dan TikTok kini menjadi medium bagi pemimpin negara dalam memperlihatkan kegiatan resmi, menghadiri pertemuan multilateral, dan merekam peristiwa kenegaraan dalam bentuk visual. Instagram, dengan karakter visual yang kuat, memungkinkan penyampaian informasi kenegaraan melalui foto dan video yang mudah diakses publik global. Media sosial Instagram Indonesia menjadi salah satu negara yang tidak lepas dari aktivitas diplomasi digital termasuk Presiden Indonesia (Putra & Hafid, 2023). Memanfaatkan Instagram beserta fiturnya, membuat konten visual yang diunggah pada feeds Instagram memiliki jangka waktu yang cukup lama (Kapitan et al., 2023).

Akun Instagram Presiden Republik Indonesia (@presidenrepublikindonesia) merupakan salah satu contoh pemanfaatan media sosial untuk menunjukan aktivitas kenegaraan secara resmi. Akun ini berfungsi sebagai kanal institusional yang menampilkan rangkaian kegiatan Presiden Indonesia, termasuk partisipasi dalam agenda internasional seperti Sidang Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Desain kelembagaannya sejalan dengan praktik global, seperti akun @POTUS di Amerika Serikat yang digunakan oleh setiap presiden yang menjabat sebagai sarana penyampaian informasi resmi pemerintahan kepada publik domestik dan internasional (news.republika.co.id, 2024). Kepala negara memiliki peran yang sangat penting dalam mengkomunikasikan *nation branding* (Putra & Hafid, 2023).

Nation branding didefinisikan sebagai "*unique, multidimensional blend of elements that provide the nation with culturally grounded differentiation and relevance for all of its target audiences"* (Vinyals-Mirabent et al., 2025). Definisi tersebut menunjukkan bahwa *nation branding* tidak terbatas pada aktivitas promosi suatu negara, tetapi mencakup kombinasi multidimensional berbagai elemen yang berakar pada budaya dan digunakan untuk membangun diferensiasi negara di hadapan audiens yang menjadi sasaran. Lebih lanjut, *nation brand* dapat dipahami bukan hanya sebagai kumpulan karakteristik suatu negara, tetapi memiliki hubungan erat dengan proses representasi nasional karena elemen budaya, simbol, karakteristik, dan narasi suatu negara menjadi bagian dari bagaimana negara tersebut dipersepsikan oleh publik. Dengan kata lain, *nation branding* adalah sarana untuk mengomersialkan lokasi, resor, tempat, perayaan, agenda, kegiatan sosial, dan gagasan inovatif khas suatu negara guna merepresentasikan citra nasionalnya yang membangun reputasi positif suatu negara di tingkat internasional (Park, 2021).

Berbicara mengenai *nation branding* berkaitan dengan diplomasi publik. Diplomasi digital telah menjadi pendekatan yang sangat populer dalam hubungan internasional menyebarluaskan pesan-pesan yang ditujukan kepada bangsa-bangsa lain untuk menghadapi pengakuan dari sudut pandang diplomatik di kancah internasional, menjadi agenda penting di tingkat internasional ketika wilayah tersebut diakui sebagai

sebuah negara (Doruk et al., 2021). Maka dari itu para aktor mulai memusatkan perhatian pada bagaimana citra yang memuat konten memainkan peran sebagai perantara di kancah politik internasional yang disebut *visual diplomacy* (Turchetti & Adamson, 2023). Pada saat yang sama, kekuatan dalam urusan internasional ini turut memperkuat validasi objektivitas serta fakta-fakta yang dianggap "objektif", mengingat makna diplomatik yang terkandung dalam citra-citra tersebut.

Komunikasi institusional saat ini bukan lagi dapat mengendalikan apa yang dibicarakan atau diberitakan mengenai mereka melalui media tradisional (Aissani et al., 2026). Melainkan menggunakan teknologi modern salah satunya yaitu melalui media sosial. Berkaitan dengan menampilkan citra negara tertentu, tetapi juga tentang mencari pengakuan dari negara lain bahwa pihak tersebut merupakan partisipan yang sah dalam salah satu praktik sosial penting dalam diplomasi tingkat tinggi (Danielson & Hedling, 2022). Diplomasi visual berkaitan dengan cara negara berupaya memengaruhi persepsi publik mengenai diri mereka dalam pertemuan-pertemuan tersebut.

Instagram dengan cepat menarik minat para aktor politik seperti politisi, partai politik, dan anggota pemerintahan karena Instagram unik di antara berbagai platform media sosial adalah fokusnya pada aspek visual. Terdapat bukti kuat bahwa komunikasi visual memiliki peran penting dalam komunikasi politik sebagai contoh, elemen visual dapat menyampaikan ciri karakter dan kualitas para aktor politik**.** Selain itu, citra visual memengaruhi persepsi terhadap politisi (Bast, 2021).

Representasi nasional adalah upaya membentuk dan mereproduksi citra serta makna negara melalui media. Negara sebagai "tanda" merupakan suatu wujud fisik, sedangkan negara sebagai "simbol" adalah sebuah *ideology* (Ning & Sriruksa, 2024) Maka dari itu untuk memahami bagaimana sebuah visual tersebut dapat menampilkan aspek-aspek kebangsaan dan kehadiran Indonesia dalam konteks internasional, menggunakan analisis semiotika.

Semiotika merupakan sebuah ilmu analisis untuk mengkaji tanda tanda (Fadeli, 2023). Semiotika Charles Sanders Peirce menjadi yang tepat karena yang memungkinkan peneliti menelusuri bagaimana atribut kenegaraan, latar tempat, gesture, dan posisi objek, dalam menghasilkan makna tertentu. Melalui konsep triadik representamen, objek, dan interpretant (Vera, 2022), semiotika memberikan cara untuk memahami bagaimana makna dibangun melalui elemen visual dalam unggahan Instagram presiden.

Berbagai penelitian mengenai representasi kebangsaan di media sosial telah menyoroti bagaimana aktor politik membentuk citra dan identitas nasional melalui visual dan narasi digital. Studi sebelumnya mengenai iklan politik Prabowo–Gibran di Instagram menunjukkan bahwa tanda visual dan verbal digunakan untuk membangun citra kedekatan, stabilitas, serta simbol-simbol nasional (Ismoyo & Zahra, 2025). Sementara itu, penelitian lain pada akun @ganjar_pranowo menegaskan bahwa komunikasi politik berbasis semiotika Peirce mampu mengungkap strategi kedekatan, humor, dan identitas kultural dalam interaksi digital (Dzulfikr & Wirawanda, 2022). Sementara penelitian (Juliani, 2026) mengalisis akun instagram @usembassyjkt, @america menunjukkan bahwa Amerika Serikat memperkuat citra sebagai mitra global yang modern dan inklusif. Selain itu terdapat juga penelitian (Arizzi, n.d.) yang menganalisis akun instagram @potus pada era Joe Biden bahwa post foto yang diunggah dengan caption merupakan bentuk rekontekstualisasi dan remediasi atas poin-poin

yang disampaikan dalam pidato pelantikannya yang menandakan citra dalam memenuhi harapan dan kemandirian.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, masih terdapat ruang kajian mengenai bagaimana media sosial institusional Presiden digunakan bukan hanya sebagai sarana komunikasi politik dan pembentukan citra personal, tetapi sebagai ruang representasi negara dalam konteks hubungan internasional. Penelitian sebelumnya telah mengkaji penggunaan tanda visual untuk membangun citra politik, identitas kultural, kedekatan dengan publik, maupun citra negara, tetapi belum secara spesifik menjelaskan bagaimana representasi visual dalam akun Instagram institusional Presiden Republik Indonesia dikonstruksi sebagai bagian dari *nation branding* melalui praktik *visual diplomacy*. Padahal, unggahan mengenai pertemuan bilateral, forum multilateral, kunjungan kenegaraan, interaksi dengan pemimpin negara lain, atribut kenegaraan, serta simbol-simbol budaya Indonesia dapat memuat makna yang lebih luas mengenai identitas dan posisi Indonesia di lingkungan internasional.

Berangkat dari celah tersebut, penelitian ini menawarkan pendekatan yang berbeda dengan menempatkan akun Instagram Presiden Republik Indonesia bukan semata-mata sebagai medium komunikasi politik, melainkan sebagai ruang komunikasi kenegaraan yang memungkinkan Indonesia merepresentasikan dirinya kepada publik domestik dan internasional. Penelitian ini menghubungkan konsep *nation branding* dan *visual diplomacy* untuk melihat bagaimana citra dan identitas Indonesia dikonstruksi melalui tanda-tanda visual dalam unggahan Instagram Presiden. Selanjutnya, semiotika Charles Sanders Peirce digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara *representamen, object, dan interpretant* sehingga dapat ditelusuri bagaimana elemen visual seperti simbol kenegaraan, gesture, atribut, latar tempat, interaksi antarpemimpin, dan objek visual lainnya menghasilkan makna mengenai Indonesia.

Secara konseptual, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian *nation branding* dengan menunjukkan bahwa pembangunan citra dan identitas negara tidak hanya berlangsung melalui promosi pariwisata, budaya, produk, atau kampanye negara, tetapi juga melalui representasi visual aktivitas kenegaraan dalam praktik diplomasi digital. Penelitian ini juga memperluas pemahaman mengenai visual diplomacy dengan menunjukkan bahwa media sosial institusional dapat menjadi ruang produksi pesan diplomatik melalui visual yang merepresentasikan identitas, posisi, dan citra suatu negara. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan pemahaman konseptual mengenai keterkaitan antara media sosial, *visual diplomacy, nation branding*, dan representasi nasional, khususnya dalam konteks komunikasi kenegaraan Indonesia di ruang digital.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna (Hayya et al., 2022). Selanjutnya dengan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce digunakan dengan mengidentifikasi tiga elemen utama yaitu representamen (tanda), object (objek yang dirujuk), dan interpretant (makna yang muncul) (Audina, 2025). Sehingga dapat mengkaji bagaimana simbol-simbol Indonesia direpresentasikan di panggung internasional melalui unggahan akun Instagram resmi Presiden Republik Indonesia (@presidenrepublikindonesia). Metode ini dipilih karena melalui tiga elemen tersebut bekerja secara sistematis dalam membangun makna (Maulana et al., 2026). Sehingga mampu mengungkap representasi

kebangsaan yang dibangun melalui visual, *gesture*, dan elemen simbolik dalam konten digital (Reza, 2025).

Peneliti memulai dengan mengidentifikasi unggahan pada akun Instagram @presidenrepublikindonesia yang menampilkan aktivitas Presiden di panggung internasional. Periode pengambilan data diambil mulai dari tanggal 21- 25 September 2025 pada rangkaian kegiatan Presiden dalam Sidang Majelis Umum ke-80 Perserikatan Bangsa-Bangsa. Sebanyak 9 postingan yang telah terunggah dalam periode tersebut. Dari sembilan postingan yang diunggah pada akun Instagram @presidenrepublikindonesia dalam periode 21–25 September 2025, peneliti memilih tiga postingan sebagai data penelitian. Pemilihan ketiga postingan tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa ketiganya secara langsung merepresentasikan aktivitas Presiden dalam menjalankan peran diplomasi Indonesia di tingkat internasional selama rangkaian Sidang Majelis Umum ke-80 Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB).

Unggahan yang menonjolkan simbol negara seperti bendera, lambang negara, busana nasional, podium resmi, hingga interaksi diplomatik dipilih sebagai bahan analisis utama. Data dikumpulkan secara sekunder melalui observasi langsung terhadap foto yang diunggah di Instagram (Puspita, Umi et al., 2025) @presidenrepublikindonesia, dokumentasi berupa tangkapan layar dan pencatatan elemen visual (Ismoyo & Basaevha, 2025), serta literatur akademik dan sumber artikel untuk memperkuat konteks kegiatan internasional Presiden.

Tahap analisis semiotika Charles Sanders Pierce, pertama adalah analisis representamen, peneliti memeriksa tanda-tanda visual dalam unggahan Instagram @presidenrepublikindonesia yang memiliki kemiripan langsung dengan objek nyata (Ramadhani et al., 2023). Pada tahap analisis representamen, peneliti terlebih dahulu mengidentifikasi seluruh tanda visual yang muncul dalam objek penelitian sebagai dasar untuk memahami bagaimana makna awal dibentuk melalui tampilan visual. Tahap ini kemudian dilanjutkan dengan penentuan objek, yaitu mengaitkan setiap simbol dengan konteks diplomatik yang melatarbelakangi kemunculannya, sehingga hubungan antara tanda dan realitas yang diwakilinya dapat dipahami secara jelas (Setiawan, 2023). Selanjutnya, pada tahap pembentukan interpretant, peneliti menafsirkan makna yang muncul dari interaksi antara representamen dan objek (Kaguasehi & Indinabila, 2024).

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan tiga postingan yang dipilih, bahwa representasi diplomasi Presiden Republik Indonesia tidak hanya memperlihatkan kehadiran Indonesia dalam arena internasional, tetapi juga mengonstruksi identitas dan citra Indonesia melalui tanda-tanda visual. Ketiga unggahan memperlihatkan pola yang berbeda, yaitu diplomasi relasional melalui interaksi dengan aktor kelembagaan internasional, diplomasi diskursif melalui artikulasi posisi Indonesia dalam forum global, dan diplomasi multilateral melalui keterlibatan dalam mekanisme kerja sama internasional. Ketiga bentuk tersebut secara simultan membentuk representasi Indonesia sebagai negara yang memiliki hubungan diplomatik, memiliki suara dalam isu global, dan berpartisipasi dalam penyelesaian persoalan internasional.

Jika dibaca melalui semiotika Charles Sanders Peirce, ketiga bentuk diplomasi tersebut tidak hanya menunjukkan aktivitas Presiden, tetapi menghasilkan makna melalui hubungan antara *representamen, object, dan interpretant.* Foto yang diunggah pada akun @presidenrepublikindonesia dapat dipahami bukan semata sebagai

dokumentasi aktivitas kenegaraan, melainkan sebagai praktik komunikasi visual yang merepresentasikan Indonesia kepada publik. Temuan ini kemudian didialogkan dengan kajian visual diplomacy. (Danielson & Hedling, 2022) menjelaskan bahwa performa visual dalam diplomasi dapat menjadi sarana *signaling* karena simbol, *setting*, dan pengaturan interaksi memiliki nilai dalam tatanan diplomatik. (Turchetti & Adamson, 2023) juga menekankan bahwa gambar dapat berfungsi sebagai bagian dari transaksi diplomatik karena memiliki daya untuk menyampaikan argumen dan membentuk agensi internasional. Pada media sosial, (Møller et al., 2024) menunjukkan bahwa gambar diplomatik mengodekan norma sosial dan hierarki serta secara berulang menampilkan repertoar visual seperti jabat tangan, bendera, dan ruang pertemuan. Karena itu, interpretasi terhadap ketiga unggahan dalam penelitian ini ditempatkan pada hubungan antara tanda *Peircean* dan fungsi sosial diplomatik dari visual tersebut. Dalam konteks ini, visual diplomacy menjadi proses ketika tanda-tanda visual dalam unggahan digunakan untuk menyampaikan posisi, relasi, dan identitas Indonesia di ruang internasional.

Penguatan Relasi Diplomatik melalui Interaksi Langsung dengan Aktor Kelembagaan Internasional

Foto pertama yang dianalisa adalah Presiden Republik Indonesia Bapak Prabowo Subianto berjabat tangan dengan Sekjen PBB dimana latar belakang terdapat bendera PBB dan bendera Indonesia dengan sebanyak 37,599 likes, 421 komentar, 332 repost, dan 152 dibagikan pada 22 September 2025 . Diplomasi relasional yang dilakukan Presiden karena menampilkan pertemuan langsung Presiden dengan Sekretaris Jenderal PBB. Representasi tersebut menekankan pentingnya hubungan interpersonal dan hubungan kelembagaan dalam membangun serta mempertahankan posisi Indonesia di lingkungan internasional.

Gambar 1. Diplomasi Relasional



Sumber: Instagram @presidenrepublikindonesia 22 September 2025

Tabel 1. Diplomasi Rasional

Representamen	Objek	Interpretant
Representamen dalam foto ditunjukkan terutama melalui jabat tangan Presiden Prabowo dengan Antonio Guterres, bendera merah putih, bendera PBB, serta	Objek dari tanda-tanda visual dalam foto ini adalah Presiden Prabowo dengan mengenakan setelan resmi yang sedang berjabat tangan dengan Antonio Guterres selaku Sekretaris Jenderal	Interpretant yang muncul dari hubungan antara representamen dan objek adalah makna diplomatik yang terbentuk dari interaksi tersebut. Jabat tangan kedua tokoh diinterpretasikan

penggunaan pakaian resmi kenegaraan.	Perserikatan Bangsa Bangsa di Markas Besar Perserikatan Bangsa Bangsa, New York, Amerika Serikat pada 22 September 2025 dengan background biru lambang PBB yang juga terdapat bendera merah putih dan benderan PBB. Dalam keterangan pertemuan tersebut Presiden menyampaikan dukungan kepada PBB dalam menjalankan tugasnya.	sebagai simbol kerja sama, keharmonisan, dan hubungann baik antara Indonesia dengan PBB. Kehadiran bendera serta logo PBB memperkuat pemaknaan bahwa Indonesia diposisikan sebagai negara yang aktif berkontribusi dalam isu-isu internasional, terutama yang berkaitan dengan perdamaian dan stabilitas global. Foto ini sekaligus membangun citra Indonesia sebagai negara yang dihormati dan diakui perannya.

Sumber: Peneliti (2025)

Visual pertemuan tersebut merepresentasikan diplomasi relasional, karena menampilkan pertemuan langsung Presiden dengan Sekretaris Jenderal PBB. Representasi tersebut menekankan pentingnya hubungan interpersonal dan hubungan kelembagaan dalam membangun serta mempertahankan posisi Indonesia di lingkungan internasional. Dalam Peirce, jabat tangan tidak dipahami sebagai simbol yang secara otomatis berarti kerja sama (Puspitasari & Yogyakarta, 2021), melainkan sebagai tanda yang memperoleh makna diplomatik dari konteks pertemuan, identitas para aktor, serta kehadiran bendera dan ruang institusional. Sesuai (Møller et al., 2024) menyebutan bahwa pola visual seperti *people posing, flags, buildings, dan meeting tables* merupakan formula visual yang berulang dan menjadi *online performances of diplomatic identity.*

Akun @presidenrepublikindonesia tidak hanya berfungsi sebagai alat dokumentasi, tetapi sebagai medium diplomasi visual yang membentuk persepsi publik global mengenai peran Indonesia hubungan diplomatik dengan organisasi internasional dan menjadi ruang untuk merepresentasikan Indonesia sebagai *nation brand* melalui relasi diplomatik yang divisualisasikan. Hal ini selaras dengan Putra dan Hafid (2023) mengenai penggunaan media sosial sebagai instrumen diplomasi digital untuk mendukung nation branding Indonesia, serta (Park, 2021) yang menempatkan *brand identity dan brand image* sebagai bagian penting dalam *nation branding.* Pertemuan Presiden dengan Sekjen PBB tidak hanya dibaca sebagai bagian dari *foreign policy* (Arizzi, n.d.), melainkan sebagai penguatan relasi diplomatik dengan melihat fungsi relasional dari representasi visual pertemuan tersebut.

Diplomasi Diskursif melalui Artikulasi Sikap dan Kepentingan Indonesia di Hadapan Komunitas Internasional

Unggahan foto kedua yang dianalisa memperlihatkan Presiden RI berpidato di Sidang Umum PBB dengan latar Ruang sidang besar PBB dimana sebanyak 77,357 likes, 2.509 komentar, 1.207 repost, dan 788 dibagikan pada 23 September 2025. Pada foto kedua ini berkaitan bagiamana merepresentasikan diplomasi diskursif atau otoritas suara. Kehadiran Presiden sebagai pembicara dalam Sidang Majelis Umum ke-80 PBB memperlihatkan bahwa diplomasi tidak hanya dilakukan melalui hubungan antarpemimpin, tetapi juga melalui penyampaian gagasan, sikap, dan kepentingan

Indonesia di hadapan komunitas internasional. Dalam konteks ini, Presiden diposisikan sebagai representasi suara Indonesia dalam forum global.

Gambar 1. Diplomasi Diskrusif



Sumber: Instagram @presidenrepublikindonesia 23 September 2025

Tabel 1. Diplomasi Diskrusif

Representamen	Objek	Interpretant
Pada foto tersebut nampak Presiden yang berdiri di podium PBB, pakaian resmi kenegaraan, pin bendera merah putih, serta ruang sidang PBB yang menjadi latar visual melakukan pemaparan visi besar Indonesia	Tanda-tanda dalam foto tersebut adalah aktivitas diplomatik resmi Indonesia di Majelis Umum PBB. Foto tersebut menggambarkan momen ketika Presiden Republik Indonesia menyampaikan pidato pada sidang ke-80 PBB, suatu kesempatan yang menunjukkan posisi Indonesia sebagai salah satu negara yang diberikan kehormatan berbicara pada sesi awal setelah Brasil dan Amerika Serikat di hadapan negara negera yang berpartisi dalam forum tersebut tepatnya di Markas Besar Perserikatan Bangsa Bangsa, New York, Amerika Serikat pada 23 September 2025.	Interpretant yang dihasilkan dari hubungan antara representamen dan objek adalah sebagai negara yang memiliki suara, posisi, dan kapasitas untuk menyampaikan pandangan dalam isu internasional. Kehadiran Presiden di podium PBB, dengan segala simbol otoritas internasional di sekitarnya, menunjukkan pengakuan dunia terhadap posisi Indonesia. Pidato yang menekankan dukungan terhadap perdamaian, keadilan, dan solidaritas kemanusiaan mengonstruksi citra Indonesia sebagai negara yang berkomitmen pada nilai-nilai multilateral. Selain itu, visualisasi ruang sidang yang luas dan perhatian para delegasi memperkuat interpretasi bahwa Indonesia sedang mengambil peran strategis dalam forum global sebagai negara yang mampu menyuarakan kepentingan

	global dalam tatanan dunia multilateral.

Sumber:

Unggahan ini mengonstruksi Indonesia sebagai negara yang vokal, dan memiliki otoritas moral dalam isu global. Dalam analisis Peirce simbol podium PBB sebagai representamen yang merujuk pada objek berupa praktik diplomatik resmi dalam Sidang Umum PBB. Interpretant mengenai otoritas tidak semata-mata berasal dari podium sebagai benda, tetapi dari hubungan antara podium, posisi Presiden sebagai kepala negara, forum PBB, pakaian resmi, pin bendera Indonesia, serta konteks pidato. (Danielson & Hedling, 2022) menunjukkan bahwa *setting* visual dalam diplomasi dapat digunakan untuk menampilkan status dan posisi aktor, sehingga komposisi ruang dalam unggahan ini ikut membangun kesan mengenai kedudukan Indonesia dalam tatanan multilateral. (Møller et al., 2024) menambahkan bahwa estetika visual diplomatik dapat mengodekan otoritas dan hierarki melalui pilihan objek, *setting*, serta tindakan yang ditampilkan. Karena itu, visual Presiden di podium dapat dibaca sebagai performa otoritas representasional, bukan sebagai bukti tunggal bahwa Indonesia memiliki otoritas atas komunitas internasional. Dari perspektif *nation branding,* citra tersebut memperkuat identitas Indonesia sebagai negara yang aktif menyampaikan pandangan dan nilai dalam forum global. Temuan ini sejalan dengan (Putra & Hafid, 2023) mengenai fungsi media sosial sebagai bagian dari diplomasi digital dan dengan (Vinyals-Mirabent et al., 2025) yang menunjukkan bahwa citra keseluruhan suatu negara berperan dalam membentuk persepsi terhadap nation brand.

Peran Indonesia melalui Keterlibatan dalam Mekanisme Diplomasi Multilateral

Foto postingan ketiga yang dianalisa memperlihatkan Presiden Republik Indonesia berada dalam pertemuan multilateral dengan berbagai delegasi dan banyak bendera terutama bendera merah putih dengan latar meja pertemuan panjang bersama Kepala Negara dimana sebanyak 43,759 likes, 1.882 komentar, 427 repost, dan 137 dibagikan pada 23 September 2025. Foto tersebut merepresentasikan diplomasi multilateral, karena memperlihatkan keterlibatan Presiden dalam pertemuan bersama sejumlah aktor internasional untuk membahas persoalan Timur Tengah. Representasi ini menunjukkan keterlibatan Indonesia dalam mekanisme kerja sama dan dialog antarnegara dalam menghadapi persoalan global yang bersifat kompleks.

Gambar 1. Diplomasi Multilateral



Sumber: Instagram @presidenrepublikindonesia 23 September 2025

Tabel 1. Diplomasi Multilateral

Representamen	Objek	Interpretant
Dalam foto ini Presiden yang mengenakan pakaian resmi dengan pin merah putih yang diundang oleh Presiden Amerika Serikat dan duduk bersama dengan pemimpin negara yang memiliki pernan penting dalam proses perdamaian di kawasan, antara lain Qatar, Republik Turkiye, Republik Islam Pakistan, Republik Arab Mesir, Persatuan Emirat Arab dan Kerajaan Arab Saudi	Tanda-tanda dalam foto ini adalah peristiwa diplomatik multilateral yang berfokus pada isu perdamaian di Timur Tengah. Objeknya meliputi agenda dialog antarnegara mengenai upaya menciptakan stabilitas, mengakhiri kekerasan, membebaskan sandera, dan merumuskan kerja sama strategis antarnegara terkait pada tanggal 23 September 2025 di Markas Besar Perserikatan Bangsa – Bangsa, New York, Amerika Serikat. Pada forum tersebut juga diperlihatkan bendera bendera negara yang berpartisipasi termasuk Indonesia.	Interpretant yang terbentuk dari hubungan antara representamen dan objek adalah makna mengenai posisi Indonesia sebagai negara yang dihormati dan memiliki kontribusi konstruktif dalam penyelesaian konflik internasional. Kehadiran Presiden Indonesia dalam forum yang dihadiri negara-negara berpengaruh menunjukkan tingkat penerimaan dan pengakuan komunitas internasional terhadap peran Indonesia sebagai mediator dan aktor diplomasi damai. Simbol-simbol seperti bendera, penataan ruang, serta interaksi antarpemimpin memperkuat pemahaman bahwa Indonesia mampu menjembatani kepentingan dan citra Indonesia sebagai negara yang berani, tegas, dan berperan aktif dalam upaya menciptakan perdamaian internasional.

Sumber: Peneliti (2025)

Unggahan ini menegaskan Indonesia sebagai negara yang aktif mengupayakan perdamaian internasional. Elemen visual penataan meja, formasi delegasi, dan bendera membangun identitas Indonesia sebagai kekuatan diplomatik yang moderat dan konstruktif dalam diplomasi multilateral. (Møller et al., 2024) menyatakan bahwa gambar diplomatik *"are not mere 'updates' of what is happening in the moment"* tetapi menggambarkan suatu tatanan yang sekaligus memperkuat struktur hierarki dan norma diplomatik. Pada analisis ini memberikan penekanan yang lebih khusus pada diplomasi multilateral. Fokusnya bukan hanya bahwa Presiden sedang menjalankan kebijakan luar negeri, tetapi bahwa Indonesia berpartisipasi dalam ruang dialog yang melibatkan banyak aktor untuk membicarakan persoalan internasional. Dalam perspektif visual diplomacy, (Turchetti & Adamson, 2023) menegaskan bahwa gambar dapat menjadi bagian dari praktik diplomatik karena mampu membawa pesan dan memperkuat agensi aktor dalam hubungan internasional. Sementara itu, dalam perspektif *nation branding,* visual partisipasi tersebut berkontribusi pada citra Indonesia sebagai negara yang terlibat dalam dialog dan persoalan global. Pemaknaan ini konsisten dengan (Putra &

Hafid, 2023) tentang media sosial sebagai sarana diplomasi digital untuk mendukung *nation branding* Indonesia, sedangkan (Vinyals-Mirabent et al., 2025) memperlihatkan bahwa citra keseluruhan suatu negara memiliki hubungan dengan persepsi positif terhadap *nation brand.* Temuan lebih tepat dipahami sebagai konstruksi citra Indonesia sebagai peserta diplomasi multilateral yang aktif dan konstruktif, bukan sebagai bukti tunggal keberhasilan mediasi atau penyelesaian konflik.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram resmi Presiden Republik Indonesia merupakan instrumen diplomasi digital yang sangat efektif dalam memproduksi dan menyebarluaskan representasi kebangsaan melalui tanda-tanda visual atau simbol-simbol kebangsaan di tingkat internasional. Melalui analisis semiotika Peirce, ditemukan bahwa ditemukan tiga pola utama: diplomasi relasional melalui visual pertemuan dengan aktor kelembagaan internasional; diplomasi diskursif melalui visual Presiden menyampaikan gagasan di podium PBB; dan diplomasi multilateral melalui visual keterlibatan bersama sejumlah pemimpin negara dalam forum internasional. Setiap momentum kenegaraan menjadi narasi visual *nationhoo*d yang memperkuat legitimasi dan citra Indonesia di mata dunia melalui relasi triadik antara tanda, objek, dan pemaknaan audiens.

Sebagai saran bagi pengelola komunikasi publik pemerintah, diharapkan dapat terus meningkatkan penggunaan konten visual yang lebih substantif dan inklusif, tidak hanya berfokus pada kegiatan seremonial tetapi juga pada dampak nyata kepemimpinan Indonesia dalam isu global masa depan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi komparatif dengan akun pemimpin negara lain atau menggunakan metode analisis sentimen untuk melihat bagaimana tanda-tanda visual yang diunggah tersebut diterima dan diinterpretasikan oleh audiens internasional secara luas. Penekanan pada konten multimedia seperti video pendek juga menjadi relevan untuk dikaji lebih dalam guna melihat dinamika perubahan tanda dalam format yang lebih dinamis.

Referensi

Aissani, R., Shabaneh, H. M., Kanaan, H. B., & Elshenawy, I. I. (2026). *Digital Transformation in Institutional Communication : A Systematic Review of Transparency , Trust , and Organizational Culture*. 1–28.

Arifin, M. D., Iskandar, R. R., & Febriana, P. (2025). *Procedia of Social Sciences and Humanities Online Influence & Identity Forum (OIIF 2025) Analysis of Jefri Nichol ' s Identity and Image Development on the Instagram Account @ Jefrinichol Analisis Identitas dan Pengembangan Citra Jefri Nichol pada Akun . 0672*(OIIF), 110–118.

Arizzi, C. (n.d.). *"An American Story of Hope" A Visual-verbal Analysis of President Biden's Social Network Representations of his Inaugural Promises*. *19*, 164–189.

Audina, D. N. (2025). *Studi Semiotika Charles Sanders Peirce pada Kompas TV dalam Pemberitaan*. *6*(2).

Bast, J. (2021). Politicians, Parties, and Government Representatives on Instagram: A Review of Research Approaches, Usage Patterns, and Effects. *Review of Communication Research*, *9*, 193–246. https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.032

Danielson, A., & Hedling, E. (2022). Visual diplomacy in virtual summitry: Status signalling during the coronavirus crisis. *Review of International Studies*, *48*(2), 243–261. https://doi.org/10.1017/S0260210521000607

Doruk, E. K., MENGÜ, S., & ULUSOY, E. (2021). Digital Seige. In *Istanbul University Press*.

Dzulfikr, S. A., & Wirawanda, Y. (2022). *Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Dalam Kunjungannya Kepada Masyarakat*. 1–19.

Fadeli, M. (2023). *Analisis Semiotika Pemaknaan Postingan Gambar Vaksin Pada Akun Instagram @ Nobodycorp*. *5*(1).

Hayya, A. P., Anggrayni, D., & Fahri, M. (2022). *Komunikasi Visual Dakwah Persuasif Pada Akun Instagram @ hijabalila Dengan*. *1*(3), 481–489.

Indrawan, J., Barzah, R. E., & Simanihuruk, H. (2023). *Instagram Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial*. *6*(1), 170–179.

Ismoyo, S. L., & Basaevha, M. (2025). *Analisis Komunikasi Politik Satire Anies Baswedan di Instagram : Kajian Semiotika Roland Barthes*. *7*(1), 104–127.

Ismoyo, S. L., & Zahra, A. S. (2025). Analisis Semiotika pada Iklan Politik Prabowo-Gibran di Instagram. *Communications*, *7*(4), 194–214.

Kaguasehi, J. R., & Indinabila, Y. (2024). *Bintang Emon Terkait Gaya Politik Pemerintah Indonesia Melalui Instagram @Bintangemon*. *4*(4), 358–368.

Kapitan, R. M., Andung, P. A., & Ara, R. K. (2023). *Komunikasi Visual Melalui Instagram Sebagai Media Promosi (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Konten Promosi Edisi Hari Visual Communication By Instagram As A Promotional Media (Semiotic Analysis of Charles Sanders Peirce in Promotional Con*. *3*(2).

Maulana, M. A. T., Putra, F. A., & Fauzi, A. (2026). View of Analisi Semiotika Street Photography Pada Akun Instagram @darwis_triadi.pdf. *Triwikarma: Jurnal Imu Sosial*, *12*(3).

Møller, A. H. K., Adler-Nissen, R., Golovchenko, Y., & Eggeling, K. A. (2024). The Social Aesthetics of Digital Diplomacy. *International Political Sociology*, *18*(3). https://doi.org/10.1093/ips/olae027

news.republika.co.id. (2024). *Istana: Akun Medsos Lembaga Kepresidenan Bukan Akun Pribadi Prabowo*. News.Republika.Co.Id. https://news.republika.co.id/berita/sm5u5r409/istana-akun-medsos-lembaga-kepresidenan-bukan-akun-pribadi-prabowo?utm_source=chatgpt.com

Ning, X., & Sriruksa, A. (2024). *Communication Power and Globalization: The Narrative of Myth in "National Representation" in China Xiao Ning*. *3*(2), 18–30.

Park, T. (2021). Nation Branding And Its Significance; A Literature Perspective. *Elementary Education Online*, *20*(6), 947–959. https://doi.org/10.17051/ilkonline.2021.06.103

Puspita, Umi, Komaruddin, & Astrid, G. (2025). *Representasi Cover Majalah Tempo Berjudul " Gue Jual , Ane Beli " Edisi 1 September 2024*. *02*(03), 861–872.

Puspitasari, D. R., & Yogyakarta, U. N. (2021). Nilai Sosial Budaya Dalam Film Tilik (Kajian Semiotika). *Jurnal SEMIOTIKA*, *15*(1), 10–18.

Putra, A. N., & Hafid, A. (2023). *Peran Media Sosial Sebagai Diplomasi Digital Global Dalam Upaya Meningkatkan Nation Branding Indonesia Di Era Pemerintahan Joko Widodo*. *2*, 1–20.

Ramadhani, R. F., Rasyid, A., & Ritonga, S. (2023). *Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Gambar Ilustrasi "Pandemi Vs Baliho" Pada Akun Instagram Tempo*. 143–154.

Reza, Y. C. (2025). *Internasionalisasi Budaya Indonesia melalui Video Musik*. 129–138.

Setiawan, H. (2023). *Analisis Semiotika Self-Love (Mencintai Diri Sendiri) dalam Video Klip " Jiwa ya ng Bersedih " Ghea Indrawari*. *1*(5), 8–23.

Turchetti, S., & Adamson, M. (2023). Introduction: Power to the image! Science, technology and visual diplomacy. *British Journal for the History of Science*, *56*(2), 135–146. https://doi.org/10.1017/S0007087423000146

Vera, N. (2022). *Semiotika dalam riset komunikasi*. PT Rajagrafindo Pesada.

Vinyals-Mirabent, S., Fernández-Cavia, J., Piñeiro-Naval, V., & Torres, J. F. (2025). Nation branding: a strategic tool for attracting talent globally. *Journal of Global Mobility*, *13*(3), 468–485. https://doi.org/10.1108/JGM-10-2024-0118

.