

KAJIAN SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA FEED INSTAGRAM TRI PASCA MERGER DENGAN INDOSAT

Oleh:

Bobby Halim^{1*}

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya
Universitas Indo Global Mandiri*

Mukhsin Patriansah²

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya
Universitas Indo Global Mandiri*

Bobby_dkv@uigm.ac.id^{1*}; mukhsin_dkv@uigm.ac.id²

***) Corresponding Author**

ABSTRACT

The author is interested in researching the Tri account's Instagram feed after the merger with Indosat because each operator has a social media account, especially Instagram. After the two operators merged, of course the two operators thought about and displayed advertisements and information with a new concept. The research method used is Roland Barthes' semiotic analysis because it is a tool to explore the sign system behind the visual content of Tri's Instagram account. This research is also qualitative in nature so that it can produce research that is thorough, argumentative and can be a reference for further research. The results obtained based on this research are Tri Caring for Young People's Achievements, Educating on the Importance of Investment, Supporting the Progress of Indonesian Women and Supporting Content Creators.

Keywords: *Instagram; Tri; Indosat; Semiotics.*

ABSTRAK

Penulis tertarik meneliti *feed* Instagram akun Tri pasca merger dengan Indosat karena masing-masing operator memiliki akun media sosial khususnya Instagram. Setelah kedua operator tersebut merger tentu kedua operator tersebut memikirkan dan menampilkan iklan maupun informasi-informasi dengan konsep yang baru. Metode penelitian yang dipakai yaitu analisis Semiotika Roland Barthes karena sebagai alat untuk mengeksplorasi sistem tanda di balik visual konten Instagram akun Tri. Penelitian ini juga bersifat kualitatif agar dapat menghasilkan penelitian yang teliti, argumentatif dan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya. Hasil yang diperoleh berdasarkan penelitian ini yaitu Tri Peduli Akan Prestasi Anak Muda, Mengedukasi Pentingnya Investasi, Mendukung Kemajuan Perempuan Indonesia dan Mendukung *Content Creator*.

Kata Kunci: *Instagram; Tri; Indosat; Semiotika.*

Copyright © 2023 CC BY-SA license



Received: March 4th, 2023

Revised: September 17th, 2023

Accepted: September 22nd, 2023

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Operator Tri resmi merger dengan operator Indosat pada 4 Januari 2022, hal ini tentu menjadi sebuah terobosan komunikasi di

Indonesia. Sejatinya Operator Tri dikeluarkan oleh PT Hutchison 3 Indonesia, anak perusahaan dari Hutchison Asia Telecom Group milik CK Hutchison Holdings. Sedangkan Indosat didirikan dalam tahun

1967 menjadi sebuah perusahaan penanaman modal asing pertama di Indonesia yang menyediakan layanan telekomunikasi internasional melalui satelit internasional. Pada November 2015, Indosat merubah nama dan logonya menjadi Indosat Ooredoo.(PT Indosat Tbk, n.d.)

Ada 2 hal yang menjadi faktor Indosat ingin mencaplok Tri, yang pertama yaitu agar dapat saling melengkapi dan menciptakan perusahaan telekomunikasi digital yang lebih kuat dan yang kedua yaitu dapat mempercepat laju pembangunan dan perkembangan jaringan untuk mendukung agenda digital pemerintah Indonesia (Pratiwi, 2021)

Tidak sedikit kekhawatiran pengguna yang muncul sejak isu merger Indosat-Tri hingga pasca bergabungnya kedua operator tersebut. Berdasarkan artikel Perbandingan Pengambilan Keputusan Penggunaan Provider Indosat Im3 dan Tri pada masa Covid-19 (Studi Kasus di Kecamatan Amurang) menyimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan baik penilaian hingga keputusan pembelian kedua operator.(Kesek et al., n.d.)

Tabel 1. Perbandingan Harga Kuota Data Dari Setiap Operator Di Indonesia

Operator	Kuota (GB)	Harga (Rp)	Harga per GB
Telkomsel (As)	1	27.000	27.000
XL	5	59.000	11.800
Indosat	2	15.000	7.500
Tri	1,5	15.000	10.000
Smartfren	3	17.000	5.666

Sumber: <https://techdaily.id/daftar-paket-internet-termurah/>, 2021

Penulis juga pernah menggunakan kedua operator tersebut untuk komunikasi sehari-hari, Tri cenderung stabil kecepatannya dan harganya di tingkat menengah (berdasarkan tabel 1). Sedangkan Indosat lebih murah dari operator Tri, dari sisi kecepatan kurang stabil tapi kencang bila di lokasi tertentu.

Penulis tertarik meneliti ini karena masing-masing operator memiliki akun media sosial khususnya Instagram, berdasarkan jurnal berjudul “Pemanfaatan *Digital Public Relations* dalam Membangun *Customer Engagement* melalui Media Sosial Instagram @triindonesia (Studi Divisi Brand Communications PT Hutchison 3 Indonesia) (Ishak Putra & Kurniasari, 2020) bahwa Tim Brand Communications PT Hutchison 3 Indonesia telah memanfaatkan *digital public relations* dengan baik. Adapun pemanfaatan dari *digital public relations* di perusahaan tersebut adalah:

- Menghasilkan konten-konten (pesan komunikasi) yang informatif, berguna, relevan, menarik serta memiliki nilai bagi para konsumen yang melihat di Instagram.
- Menghandle *channel* media sosial perusahaan, di dalamnya termasuk Instagram, dari konten rutin setiap hari, mengawasi *flow* komunikasi dengan konsumen, mengontrol dan menjalankan strategi iklan digital, serta memanfaatkan *key opinion leader* untuk

mempromosikan perusahaan.

- Mendorong terjadinya interaktivitas dengan menonjolkan sisi kreativitas perusahaan lewat fitur-fitur yang tersedia di platform Instagram,
- Mengerjakan konten dalam hal produksi grafis serta *copywriting caption* yang menggugah konsumen untuk melihat serta membaca isi pesan.
- Melakukan monitoring atau sosial media listening untuk melihat apakah ada interaksi yang perlu untuk dibalas, dan
- Membangun obrolan dengan konsumen via media sosial dengan cara membalas semua interaksi yang masuk disana.

Lalu berdasarkan jurnal berjudul “The Effect of Customer Engagement Social Media to Brand Loyalty Indosat Ooredoo” (Afifah et al., 2020) menyimpulkan bahwa bahwa tingkat loyalitas merek sudah tinggi pada Indosat Ooredoo yang digambarkan melalui dimensi *satisfaction, habitual behaviour, switching cost, liking the brand, dan commitment*.

Setelah kedua operator tersebut merger tentu kedua operator tersebut memikirkan dan menampilkan iklan maupun informasi-informasi dengan konsep yang terpadu.

2. Permasalahan

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan dilatar belakang, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini, Diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Makna apa saja yang disampaikan Tri melalui postingan - postingan di Instagram mereka pasca bergabung dengan Indosat?

B. TINJAUAN PUSTAKA

a. Analisis Tanda

Buku Membaca Tanda dan Makna Desain Komunikasi Visual dari Sumbo Tinarbuko menjelaskan tentang metode dan cara membaca pesan verbal dan non verbal dalam sebuah karya desain komunikasi visual. (Tinarbuko, 2017) Buku ini memungkinkan penulis untuk menerapkan metode untuk menyelidiki tanda dan makna yang terkandung dalam gambar visual *feed* Instagram Tri pasca merger dengan Indosat.

b. Desain Komunikasi Visual

Pada prinsipnya buku Desain Komunikasi Visual (Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula) (Anggraini S, 2013) ini membahas segala hal mulai dari sejarah perencanaan komunikasi visual, perkembangannya hingga penerapannya dalam kehidupan sehari-hari, baik di media cetak maupun di media non-cetak. Buku ini dijadikan rujukan karena menjelaskan perkembangan Tipografi dan Desain *layout* yang menjadi elemen kajian dari penelitian ini.

c. Semiotika Barthes

Dalam teori Barthes tanda dibagi menjadi dua tingkatan yakni tanda denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan tanda pada tingkatan pertama yang merujuk pada realitas sesungguhnya, bersifat eksplisit, lang-sung

dan apa adanya. Sedangkan, konotasi adalah tanda pada tingkatan kedua artinya sebuah tanda tidak lagi menjelaskan realitas sesungguhnya melainkan sudah dimaknai sebagai sesuatu yang lain. Maka dari itu, ada keterbukaan makna yang lebih implisit pada tanda tingkat kedua (konotatif). Menurut Barthes di dalam bukunya menjelaskan ada dua tingkatan signifikasi tanda yakni tingkatan pertama adalah denotasi yakni relasi penanda dan petanda yang mengacu pada realitas eksternal atau makna tanda yang nyata, sedangkan konotasi adalah tanda tingkat kedua yang bersifat umum dan ia merupakan fragmen ideologi, pada tataran inilah mitos-mitos dan ideologi beroperasi dalam teks melalui tanda-tanda (Barthes, 2017).

d. Metode Ganda

Dalam meneliti dapat menggunakan dua metode seperti artikel penelitian Kajian Semiotika Uang Kertas Rupiah Emisi 2016 dimana di dalamnya menggunakan pendekatan analisis semiotika Charles Sander Peirce dan Roland Barthes (Halim, 2021).

e. Tinjauan Penelitian Sebelumnya

- 1) Artikel jurnal berjudul “Efektivitas Iklan Televisi INDOSAT-TRI Berdasarkan Daya Tarik Dan Frekuensi Tayang Iklan” menjelaskan iklan televisi berdampak terhadap efektivitas keuangan perusahaan Indosat (Amanah et al., 2022). Disimpulkan bahwa iklan Tri dan Indosat saat merger,

efektivitasnya sangat kecil sehingga kurang signifikan terhadap penjualan produk mereka.

- 2) Penelitian yang berjudul “Konten Analisis Akun INSTAGRAM @Advanindonesia Dalam Mempromosikan Produk Smartphone ADVAN GX” yang dilakukan oleh (Hidayattuloh et al., 2022) dari Universitas Telkom Bandung, menelaah mengenai instagram post yang memuat promosi produk Advan GX di akun sosial media instagram @advanindonesia berdasarkan metode konten analisis yang menghitung frekuensi kemunculan dari elemen desain, antara lain adalah komposisi, penggunaan huruf/tipografi, serta fotografi. Hasil dari penelitian ini, terlihat adanya kecenderungan dalam penggunaan komposisi simetris, penggunaan ragam huruf sans serif dan bold untuk menekankan keunikan produk, serta adanya penggunaan fotografi yang mengilustrasikan produk yang sesuai dengan keunikannya.

C. METODE

Dua tahapan dalam pendekatan semiotika sebagai metode penelitian. Pertama yaitu analisa secara individu, misalnya jenis tanda, mekanisme atau struktur tanda, dan makna tanda secara individual. Kedua yaitu analisa tanda sebagai sebuah kombinasi atau kelompok, yaitu kumpulan tanda-tanda yang membentuk apa yang disebut sebagai teks

(text) (Piliang, 2003). Text disini Piliang merujuk pendapat Thwaites yang merupakan kombinasi- kombinasi tanda (Piliang, 2003).

Analisis tanda secara individual adalah suatu proses identifikasi dengan cara memisahkan tanda - tanda yang membentuk sebuah teks seperti warna, bentuk, garis, bidang, figur, tipografi dan lain sebagainya yang memiliki arti dan makna tersendiri secara individual. Kemudian, arti dan makna dari tanda secara individual tersebut dikorelasikan dengan unsur - unsur lainnya yang membentuk text. Penerapan metode ini dapat mempermudah penulis dalam menganalisis data dan mempermudah dalam proses interpretasi data (Patriansah, M., Sapitri, R., Prasetya, 2020).

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan mengumpulkan informasi langsung dari sumbernya melalui proses observasi. Peneliti dapat melihat bagaimana objek penelitian bertindak dan berperilaku dalam konteksnya dalam penelitian kualitatif (Creswell, 2014). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengungkap makna-makna yang terdapat di *feed* Instagram Tri pasca merger dengan Indosat. Ada 14 *feed* yang dijadikan *sample* penelitian, dimana dimulai dari tanggal 24 Februari 2022 hingga tanggal 13 Juni 2022. Jenis *feed* yang dianalisa yaitu *feed-feed* yang menampilkan sosok ternama, isu terkini dari berbagai bidang hingga berhubungan dengan hari raya di Indonesia.

Hal ini dikarenakan Indosat dan Tri memiliki pelanggan tetap dari berbagai kalangan akan tetapi difokuskan kepada konten-konten yang berhubungan dengan anak-anak muda dan usia produktif.

Analisis tanda secara individual adalah suatu proses identifikasi dengan cara memisahkan tanda - tanda yang membentuk sebuah teks seperti warna, bentuk, garis, bidang, figur, tipografi dan lain sebagainya yang memiliki arti dan makna tersendiri secara individual. Kemudian, arti dan makna dari tanda secara individual tersebut dikorelasikan dengan unsur - unsur lainnya yang membentuk text. Penerapan metode ini dapat mempermudah penulis dalam menganalisis data dan mempermudah dalam proses interpretasi data (Patriansah & Sapitri, 2022).

Dalam teori Barthes tanda dibagi menjadi dua tingkatan yakni tanda denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan tanda pada tingkatan pertama yang merujuk pada realitas sesungguhnya, bersifat eksplisit, langsung dan apa adanya. Sedangkan, konotasi adalah tanda pada tingkatan kedua artinya sebuah tanda tidak lagi menjelaskan realitas sesungguhnya melainkan sudah dimaknai sebagai sesuatu yang lain. Maka dari itu, ada keterbukaan makna yang lebih implisit pada tanda tingkat kedua (konotatif). Menurut Barthes dalam bukunya menjelaskan ada dua tingkatan signifikansi tanda yakni tingkatan pertama adalah

denotasi yakni relasi penanda dan petanda yang mengacu pada realitas eksternal atau makna tanda yang nyata, sedangkan konotasi adalah tanda tingkat kedua yang bersifat umum dan ia merupakan fragmen ideologi, pada tataran inilah mitos-mitos dan ideologi beroperasi dalam teks melalui tanda-tanda (Roland Barthes, 2017).

Uraian di atas dapat dipahami bahwa dalam menganalisis sesuatu yang secara keseluruhan, misalnya visual *feed* Instagram Tri maka proses pengkajian dan menguraikannya satu-persatu kita akan mendapatkan sebuah pemahaman lebih atas interpretasi dari sebuah karya seni.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Elemen-Elemen Semiologi Barthes

Apabila dicermati gagasan dan konsep semiologi Barthes merupakan penyempurnaan dari pemikiran Saussure. Barthes sendiri mencoba untuk melihat adanya suatu kemungkinan bahwa semiologi bisa digunakan dalam bidang kajian yang lain seperti bahasa, kultur, masyarakat dan media massa. Barthes menyepakati pemikiran Saussure bahwa tanda yang terbentuk dari penanda dan petanda bersifat arbiter, semena-mena atau manasuka. Artinya sebuah tanda terbentuk tidak bersifat alamiah, terserah seperti apa tanda tersebut dihadirkan yang terpenting antara pemberi dan penerima tanda sama-sama sepakat, sehingga mudah dimengerti dan menim-

bulkan suatu tanggapan atau umpan balik, proses ini Saussure menyebutnya dengan istilah sirkuit wicara (*parole*). Menurut pandangan Barthes, konsep semiologi Saussure masih bisa dikembangkan lagi pada tataran yang lebih komprehensif.

Barthes dengan teliti mencoba mengembangkan proses signifikasi tanda pada tingkatan denotasi dan konotasi. Pada konteks ini Barthes sudah masuk pada ranah mitologi dari suatu ideologi, fragmen dan budaya masyarakat pendukungnya.

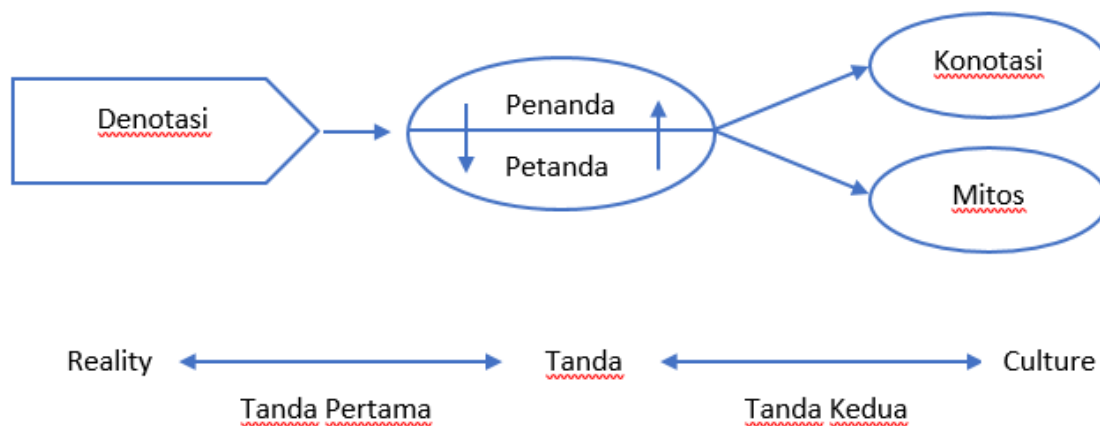
Semiologi barthes secara umum ingin menawarkan suatu metode untuk memperdalam pemahaman terhadap bahasa, sastra dan masyarakat. Secara khusus, Barthes memfokuskan pada tanda-tanda non-verbal (Barthes, 2017, p.7). Maka dari itu, menurut penulis tataran signifikasi tanda bagi Barthes merupakan refleksi dari realitas yang dihadirkan oleh media - media yang digunakan untuk menyajikan tanda tersebut. Konteksnya bukan hanya sekedar bahasa melainkan ideologi dari masyarakat tersebut dalam menerjemahkan sebuah tanda. Dalam budaya Minangkabau misalnya, ada istilah 'Bundo Kanduang'.

Istilah ini bukan hanya sekedar bahasa yang merepresentasikan penanda dan petanda dalam tataran denotasi, melainkan signifikasi tanda tingkat kedua yakni konotasi yang didalamnya terdapat suatu ideologi atau fragmen dari budaya masyarakat

Minangkabau yang sudah tertanam dalam sikap dan

perilaku mereka, pada ranah inilah mitologi berada. Menurut Patriansah, dalam ideologi masyarakat Minangkabau, seorang wanita nantinya akan menjadi seorang ibu (bundo) yang memiliki kedudukan dan peran penting dalam Rumah Gadang diantaranya adalah memelihara anak dan membimbingnya kearah yang lebih baik.

Oleh sebab itu, wanita Minangkabau banyak menghabiskan waktunya di rumah dan harus menjaga ucapan, tingkah laku dan perbuatan, misalnya dalam pergaulan dengan laki-laki, cara berpakaian, makan, minum, berbicara dan sebagainya (Patriansyah, 2014). Namun demikian, mitologi menurut Barthes selalu berawal dari tanda tingkat pertama atau denotasi, tanpa denotasi tentu tidak ada konotasi dan mitos. Berikut proses semiologi Barthes yang terangkum dalam gambar 1:



Gambar 1. Sistem Tanda Roland Barthes
 Sumber : Diadaptasi dari Vera Nawiroh, (Nawiroh, 2014 , p. 30)

Tanda-tanda dalam ranah denotasi pada gambar 1 terdiri dari unsur penanda dan petanda. Dalam linguistik Saussure, penanda disepakati sebagai representasi dari fakta atau realitas. Contoh kata ‘pohon’ merupakan penanda, namun kata ‘pohon’ bukanlah sebuah objek. Lalu objeknya seperti apa, objek dari kata ‘pohon’ selalu dikaitkan dengan tumbuhan yang memiliki batang yang tinggi, besar dan memiliki daun yang rimbun. Proses pemaknaan inilah yang disebut dengan petanda atau eksternal reality.

Proses signifikasi tanda Saussure

tersebut masih dalam tataran tanda tingkat pertama atau denotasi yakni makna tanda yang sebenarnya. Proses signifikasi pada tanda tingkat kedua disebut dengan istilah konotasi. Objek ‘pohon’ misalnya bukan hanya sekedar dimaknai sebagai tumbuhan yang memiliki batang yang tinggi, besar dan memiliki daun yang rimbun, jauh dari itu pemaknaannya bisa saja menjadi sesuatu yang angker dan mengerikan jika objek pohon tersebut adalah ‘pohon beringin’.

Dari sinilah ‘mitos’ itu berada yang menandai suatu budaya tertentu dari

masyarakatnya. Barthes menjelaskan bahwa mitos muncul dalam teks pada level kode. Mitos merupakan__suatu pesan yang didalamnya ideologi berada (Barthes, 2017, p.9) Artinya ada kode-kode tertentu yang selalu beroperasi dalam sebuah teks mengacu pada suatu konvensi dari masyarakat pendukungnya baik dari nilai-nilai histori atau kultural. Ruang lingkup sistem pengkodean dalam sebuah teks bisa pada ranah hermeneutik, proairetik, budaya, semik dan simbolik.

Pembahasan

a. Denotasi Dan Konotasi Tanda Dalam Feed Instagram Tri dari 24 Februari 2022 hingga 13 Juni 2022.

Feed Instagram Tri Indonesia 24 Februari 2022.



Gambar 2. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia 24 Februari 2022.

Sumber: Instagram @triindonesia
<https://www.instagram.com/p/CaWPsRwP4O-/>

Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 24 Februari 2022. Terdapat 2 elemen pada gambar tersebut yakni: visual perempuan muda setengah badan, sedang berdiri dengan ekspresi ceria dan terdapat bingkai seolah-olah perempuan tersebut tampil dan keluar

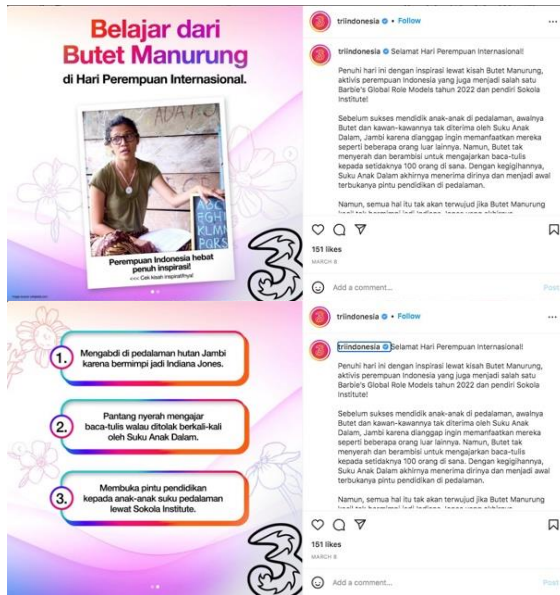
dari bingkai tersebut; teks “Wajib dicoba! Rahasia YouTuber biar karier nanjak,view naik drastic”, “Tema unik & editan berkelas”, “Wajib pasang thumbnail clickbait”, “Keyword jangan ketinggalan”, grafis bentuk hati diikuti tulisan 570k, grafis bentuk lonceng diikuti tulisan subscribe.

Makna Konotasi: Tri Mendukung Content Creator. Tri memberikan beberapa tips bagi Content Creator, khususnya YouTuber agar jumlah view-nya naik drastis dan menghasilkan pendapatan tinggi.

Mitos: Tri Mendukung Content Creator. Content Creator saat ini menjadi salah satu profesi yang menjanjikan karena kesempatan yang lebih luas, jam kerja yang fleksibel dan pendapatan yang tidak kalah tinggi dibandingkan dengan profesi-profesi lainnya.

Jelas sudah banyak contoh sukses Content Creator di Indonesia, seperti Deddy Corbuzier, Atta Halilintar hingga Nex Carlos. Dengan keberhasilan mereka diharapkan banyak anak-anak muda yang ikut jejak YouTuber tersebut dengan cara benar dan serius menjalaninya. Tri sebagai sebagai salah satu operator seluler apalagi setelah merger dengan Indosat, berusaha untuk menggaet pengguna baru dan juga terus berkomitmen mendukung pengguna lama khususnya yang aktif menggunakan layanan data internet.

Feed Instagram Tri Indonesia 8 Maret 2022.



Gambar 3. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia 8 Maret 2022

Sumber: Instagram @triindonesia
https://www.instagram.com/p/Ca114blPrO7/?img_index=1

Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 8 Maret 2022. Terdapat 2 slide, slide pertama terdapat elemen pada gambar tersebut yakni: visual wanita setengah badan, sedang duduk dengan ekspresi serius seolah-olah menerangkan sesuatu dan terdapat sebuah papan bertuliskan abjad A sampai Z yang hanya tampak sebagian; terdapat teks “Perempuan Indonesia hebat penuh Inspirasi!” “Cek kisah inspiratifnya?”. Slide kedua: terdapat 3 kalimat dalam bingkai. Teks pertama “Mengabdikan diri di pedalaman hutan Jambi”, teks kedua “Pantang nyerah mengajar baca-tulis walau ditolak berkali-kali oleh Suku Anak Dalam.”, teks ketiga “Membuka pintu Pendidikan kepada anak-anak suku pedalaman lewat Sokola Institute.”

Makna Konotasi: Tri Mendukung Wanita Pejuang Masa Kini. Tri memberikan dukungan kepada para wanita yang peduli akan masyarakat 3T (TERDEPAN, TERLUAR, TERTINGGAL).

Mitos: Tri Mendukung Wanita Pejuang Masa Kini. Meskipun sudah merdeka, tapi pada kenyataannya belum merata keadilan di seluruh Republik Indonesia. Ada daerah 3T (TERDEPAN, TERLUAR, TERTINGGAL) yang sarana prasarannya masih jauh dari kata layak, salah satunya di Jambi khususnya Masyarakat Suku Anak Dalam.

Butet Manurung, salah seorang aktivis wanita sekaligus *Founder* dari Sokola Institute. Melalui Feed Instagram Tri 8 Maret 2022 ini diceritakan kisah perjuangan Butet dalam berjuang diterima oleh Masyarakat Suku Anak Dalam sampai berhasil mendidik anak-anak disana. Tri, salah satu operator Indonesia yang sudah diminta oleh Kominfo untuk mendirikan BTS di daerah 3T, berkomitmen untuk turut serta membangun daerah-daerah 3T. Berkat sinyal Tri di lokasi Suku Anak Dalam Jambi, maka transfer ilmu dan sejenisnya menjadi lebih mudah dan efektif.

Feed Instagram Tri Indonesia 9 Maret 2022.



Gambar 4. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia 9 Maret 2022.

Sumber: Instagram @triindonesia
https://www.instagram.com/p/Ca39F-uv643/?img_index=1

Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 9 Maret 2022. Terdapat 2 elemen pada gambar tersebut yakni: visual ilustrasi 3 buah koin Bitcoin dan lapisan bawahnya ilustrasi lingkaran yang penuh dengan motif-motif seperti teknologi ; teks “Gak lagi ketar-ketir tetap aman investasi crypto”, “cek tips buat pemula”.

Makna Konotasi: Tri Mendukung investasi crypto. Tri mendukung segala jenis investasi crypto di Indonesia. Investasi maupun perdagangan crypto sangat erat hubungannya dengan jaringan internet, dimana menjadi salah 1 produk dari Tri.

Mitos: Tri Mendukung investasi crypto. Crypto menjadi salah satu instrumen investasi di Indonesia, meskipun sempat mengalami pro dan kontra pada mulanya. Semenjak pandemi, perdagangan crypto mengalami peningkatan yang cukup pesat dikarenakan banyak hal, salah satunya yaitu perubahan pola kerja di masyarakat dimana

normalnya masyarakat melakukan jual beli secara tatap muka menjadi terbatas. Pemerintah melakukan PPKM, sehingga mayoritas masyarakat Indonesia terdampak. Sehingga tidak sedikit masyarakat yang tertarik dan beralih untuk investasi crypto.

Investasi crypto dapat dilakukan dengan modal kecil layaknya investasi saham, dan hanya butuh akses internet untuk transaksi dan investasinya. Tri berusaha untuk menjaga kualitas jaringan internet agar transaksi crypto dapat berjalan optimal tanpa kendala.

Feed Instagram Tri Indonesia 16 Maret 2022.



Gambar 5. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia 16 Maret 2022.

Sumber: Instagram @triindonesia
<https://www.instagram.com/p/CbJinWEvJOO/>

Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 16 Maret 2022. Terdapat 2 elemen pada gambar tersebut yakni: visual 1 set komputer yang berada di atas meja dengan nuansa cahaya lampu berwarna keungu-unguan ; teks “Lampu berwarna ala dunia game”, “Pasang soundproof & speaker kelas atas.”, “Console game canggih & layar gede.”

Makna Konotasi: Tri Mendukung

Gamer. Pada *feed* Instagram Tri 16 Maret 2022, ilustrasi 1 set komputer dengan nuansa dunia *game* memiliki makna bahwa Tri mendukung para *gamer* di Indonesia.

Mitos: Tri Tri Mendukung Gamer. *Video Game* sudah menjadi gaya hidup remaja di perkotaan saat ini. Semenjak pandemi, masyarakat banyak menghabiskan waktu di dalam rumah maupun tempat tinggal lainnya. Dapat dikatakan hampir semua remaja di Indonesia tidak keluar rumah, sekolah dari rumah (School From Home/SFH) sehingga seluruh waktunya di rumah.

Dikarenakan sulit untuk bepergian, maka remaja-remaja menghabiskan waktu dengan bermain *Video Game* di rumah. Agar dapat bermain *Video Game Online* secara nyaman, dibutuhkan koneksi internet yang stabil dan kencang. Visual dari *feed* Instagram Tri 16 Maret 2022 mengilustrasikan bahwa koneksi internet Tri begitu stabil dan kencang sehingga sangat nyaman bermain *Video Game* berjam-jam lamanya.

Feed Instagram Tri Indonesia 20 Maret 2022.



Gambar 6. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia 20 Maret 2022

Sumber: Instagram @triindonesia
https://www.instagram.com/p/CbTnJr4rq_/?img_index=1

Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 20 Maret 2022. Terdapat 2 elemen pada gambar tersebut yakni: visual Hati (Cinta) pada slide pertama, visual buku *diary* yang berisikan tulisan-tulisan; teks “Tips cepat move on biar hati gak lagi galau.” Pada slide pertama, “Berpisah gak selalu buruk,ambil hal positif dari hubunganmu dengan mantan.” “Gak perlu inget-ingat masa lalu & dibandingin sama hubungan lain” “Fokus pada diri sendiri,bersosialisasi bareng teman biar gak down lagi.”

Makna Konotasi: Tri Beri Tips Bermanfaat Mengenai Romansa. Tri memberikan beberapa tips *move on* bagi yang membutuhkan.

Mitos: Tri Beri Tips Bermanfaat Mengenai Romansa. Urusan romansa memang hal yang terkadang dianggap enteng, tidak penting dan tidak prioritas bagi Sebagian orang. Tapi bila sudah mengalami masalah bagi sepasang kekasih apalagi sampai putus tentu dapat menjadi masalah tersendiri bagi yang mengalaminya.

Putus cinta berefek beragam bagi yang mengalaminya. Dari yang ringan hingga berat, bila dampaknya berat tentu dapat dapat menjalar ke hal-hal lain seperti mengganggu pekerjaan sehari-hari. Melalui postingan 20 Maret 2022, Tri berusaha membantu para penggunanya yang patah hati untuk segera *move on*.

Feed Instagram Tri Indonesia 21 Maret 2022.



Gambar 7. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia 21 Maret 2022

Sumber: Instagram @triindonesia
<https://www.instagram.com/p/CbW2AJUvdZt/>

Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 21 Maret 2022. Terdapat 2 elemen pada gambar tersebut yakni: visual sebuah laptop yang terkena tumpahan minuman dan seorang wanita muda yang tersenyum sedang melihat *handphone* di genggamannya, logo “Bima Kredit”; teks “Lagi krisis, tetap selow. Kredit aman terpercaya, gak pakai lama.”, “Bunga 0%”.

Makna Konotasi: Tri Menawarkan Fasilitas Kredit. Tri Menawarkan Fasilitas Kredit yang tersedia di aplikasi bimaplus. Wanita tersenyum menandakan tidak ada masalah. Laptop tersiram dan tampil tulisan “error” pada layar menandakan bahwa laptop

tersebut rusak.

Mitos: Tri Menawarkan Fasilitas Kredit. Dari postingan Instagram Tri pada 21 Maret 2022, Tri menawarkan bantuan pinjaman kredit kepada para penggunanya. Ilustrasi berupa laptop rusak dan ekspresi wanita tersenyum menjelaskan bahwa dengan mendapatkan fasilitas kredit dari aplikasi bimaplus akan memberikan solusi terbaik bagi yang mengalami musibah.

Ada syarat tertentu bagi yang ingin mengajukan kredit tersebut, yaitu para pengguna yang punya nomor dengan awalan 0895, 0896, 0897, 0898, 0899. Ditekankan pula bahwa bunga pinjamannya 0%, tentu hal ini sangat menarik mengingat pinjaman-pinjaman biasanya memiliki bunga berkisar dari 1-3% per bulannya.

Feed Instagram Tri Indonesia 25 April 2022.



Gambar 8. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia 25 April 2022

Sumber: Instagram @triindonesia
<https://www.instagram.com/p/Ccwr16yyPyP/>

Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 25 April 2022. Terdapat 2 elemen pada gambar tersebut yakni: visual koin emas, grafis, chart; teks “3 investasi teraman untuk cari cuan.”

“Forex (*Foreign Exchange*)” “Investasi yang memanfaatkan naik-turunnya nilai mata uang asing.” “Emas Digital” “Investasi emas yang transaksinya bisa dilakukan secara online via gadget.” “Reksa Dana” “Penyerahan dana kepada suatu lembaga tertentu untuk dikelola.”

Makna Konotasi: Tri Mendukung Pengguna Tentang Investasi. Tri mendukung para penggunanya mengenai jenis-jenis investasi yang aman dan legal.

Mitos: Tri Mendukung Pengguna Tentang Investasi. Pada postingan 25 April 2022, Tri mendukung para penggunanya yaitu 3 jenis investasi yang menguntungkan. Ada banyak investasi, tapi tidak semuanya legal dan menguntungkan.

Entah pertimbangan apa saja yang diambil oleh Tri sehingga memutuskan hanya 3 jenis investasi (Forex, Emas Digital dan Reksa Dana) yang ditampilkan pada *feed* 25 April 2022. Penulis pun belum pernah semua jenis investasi tersebut. Tentunya sudah melewati riset yang cukup matang sehingga Tri menampilkan dan menjelaskan ketiga jenis investasi tersebut.

Feed Instagram Tri Indonesia 28 April 2022.



Gambar 9. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia

28 April 2022

Sumber: Instagram @triindonesia

<https://www.instagram.com/p/Cc4RofJvIUb/>

Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 28 April 2022. Terdapat 2 elemen pada gambar tersebut yakni: visual tampilan area kemudi mobil yang dominan foto stir dan *smartphone* yang sedang menjalankan GPS, ikon 8X, Tri Primeline dan Narrow Beam Antenna; teks “*Siap Kembali ke kampung halaman Bersama #JaringanLuasDanKuat*” “Technology baru menambah kecepatan dan kestabilan berinternet” “Technology Low Latency dimanapun kamu berlagu” “Technology yang melancarkan sinyal nelson & internetan di dalam ruangan”.

Makna Konotasi: Tri Siap Memenuhi Kebutuhan Internet Saat Mudik. Tri sudah mempersiapkan jaringannya baik telepon dan internet untuk kebutuhan mudik bagi para penggunanya.

Mitos: Tri Siap Memenuhi Kebutuhan Internet Saat Mudik. Tampilan feed IG Tri dimana menampilkan area kemudi dan *smartphone* yang sedang menjalankan GPS, menjelaskan bahwa pengguna Tri nyaman selama perjalanan mudik ke kampung halaman.

Tri menjelaskan 3 kelebihan dari teknologi terkini yang mereka miliki pada saat postingan tersebut tampil. Kelebihan-kelebihan tersebut yaitu Jaringan Luas Dan Kuat hingga 8X, juga Low Latency yang

dinamakan Tri Primeline lalu Narrow Beam Antenna , Technology yang melancarkan sinyal nelson & internetan di dalam ruangan.

Feed Instagram Tri Indonesia 8 Mei 2022.



Gambar 10. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia 8 Mei 2022.

Sumber: Instagram @triindonesia
<https://www.instagram.com/p/CdSbQHplnP/>

Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 8 Mei 2022. Terdapat 2 elemen pada gambar tersebut yakni: visual seorang pria di tempat tidur yang sedang melihat sebuah jam meja ; teks “Hobi begadang? Jangan anggap enteng! Karena bisa menyebabkan” “Depresi.” “Tidur kurang dari 8 jam per hari dapat mengganggu suasana hati dan memicu kecemasan.” “Menurunkan daya pikir.” “Kurangnya asupan oksigen, membuat kerja otak tidak maksimal.” “Penuaan kulit lebih cepat.” “Hormon kortisol yang meningkat , bisa menimbulkan keriput pada wajah.”, angka “2.21” pada layar jam digital.

Makna Konotasi: Tri Peduli Akan Kesehatan Kaum Begadang. Tri sebagai operator komunikasi yang sudah merger dengan Indosat, peduli akan kesehatan para penggunanya.

Mitos: Tri Peduli Akan Kesehatan Kaum Begadang. Begadang merupakan kebiasaan bagi Sebagian orang. Banyak alasan kenapa seseorang begadang, dari masalah pekerjaan hingga hobi suatu hal yang mengakibatkan begadang.

Begadang dapat menyebabkan beberapa masalah seperti yang ditampilkan pada *feed* pada postingan 8 Mei 2022. Dari depresi, menurunkan daya pikir hingga penuaan kulit lebih cepat. Sudah banyak artikel maupun penelitian yang mengungkap efek negatif dari sering begadang. Melalui *feed* tersebut, Tri mengajak para penggunanya untuk sadar dan melupakan kebiasaan begadang.

Feed Instagram Tri Indonesia 17 Mei 2022.



Gambar 11. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia 17 Mei 2022.

Sumber: Instagram @triindonesia
<https://www.instagram.com/p/Cdp7Laivijf/>

Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 17 Mei 2022. Terdapat 2 elemen pada gambar tersebut yakni: visual tangan yang sedang memegang smartphone yang layarnya menampilkan ikon keamanan data ; teks “Smartphone disadap, gak perlu panik. Ini

yang harus kamu lakukan.” “Update software, sistem keamanan terjamin.” “Hapus app gak dikenal & pasang antivirus.” “Matiin HP biar data tetap aman.”

Makna Konotasi: Tri Peduli Akan Keamanan Data Penggunanya. Tri Peduli Akan Keamanan Data Penggunanya. Sudah banyak kasus kejahatan yang berkaitan dengan keamanan data di *smartphone*.

Mitos: Tri Peduli Akan Keamanan Data Penggunanya. Bila dulu penyadapan data hanya terjadi pada komputer, saat ini terjadi juga pada *smartphone*. Hal tersebut terjadi karena perangkat *smartphone* sudah mirip dengan komputer karena memiliki *operating system* tersendiri layaknya komputer.

Tri memberikan beberapa tips berguna mengenai keamanan data di *smartphone*. Terkadang kesalahan sendiri pengguna sehingga *smartphone*-nya disadap seperti mengunduh aplikasi yang tidak resmi dan membukanya. Kejahatan terus berkembang khususnya di bidang teknologi, maka dari itu setiap orang harus selalu waspada dan mencari informasi yang berkaitan dengan isu keamanan data.

Feed Instagram Tri Indonesia 20 Mei 2022.



Gambar 12. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia 20 Mei 2022.

Sumber: Instagram @triindonesia
https://www.instagram.com/p/CdxBJtvvYyn/?img_index=1

Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 20 Mei 2022. Terdapat 2 elemen pada gambar tersebut yakni: (Slide 1) Foto Griselda Sastrawinata seorang animator film, foto pianis jazz Joey Alexander Sila, dan seorang peneliti muda Novalia Pishesha, (Slide 2) Foto Griselda Sastrawinata; teks (Slide 1) “Viral gara-gara prestasi, inspiratif & bikin bangga” “Anak muda Indonesia bangkit”, (Slide 2) “Jago gambar dari kecil ngebawa Griselda jadi otak di balik karakter animasi ternama dunia keluaran DreamWorks hingga Disney”.

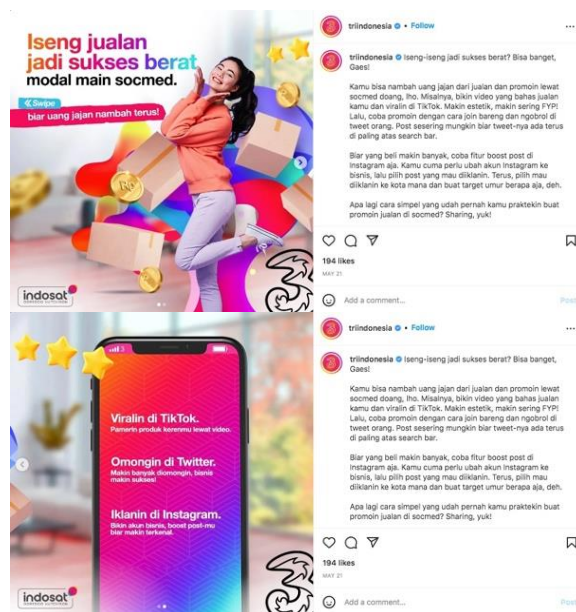
Makna Konotasi: Tri Mendukung Tokoh Muda. Tri menginspirasi para pengguna khususnya generasi muda untuk dapat terus meningkatkan kemampuannya agar dapat diakui baik skala nasional maupun internasional.

Mitos: Tri Mendukung Tokoh Muda. Tri menginspirasi para pengguna khususnya generasi muda untuk dapat terus meningkatkan kemampuannya agar dapat

diakui baik skala nasional maupun internasional.

Melalui jaringan yang kuat dan stabil, Tri mendukung generasi muda untuk terus berkarya dan upgrade skill khususnya secara daring. Di era saat ini, ilmu pengetahuan dapat diperoleh melalui internet. Misalnya yaitu kita dapat mempelajari cara memasak sebuah masakan, cara memperbaiki kendaraan dan lain sebagainya.

Feed Instagram Tri Indonesia 21 Mei 2022.



Gambar 13. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia 21 Mei 2022.

Sumber: Instagram @triindonesia

https://www.instagram.com/p/Cd0KUQVpaF/?img_index=1

Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 21 Mei 2022. Terdapat 2 elemen pada gambar tersebut yakni: (slide 1) visual perempuan muda tampak seluruh badan, sedang berdiri dengan ekspresi ceria dan terdapat beberapa kotak dus juga visualisasi koin bersimbol

“Rp” (slide 2) visual tampilan *smartphone* dan 3 buah bintang berwarna kuning di sisi kiri atas layar *smartphone*; (slide 1) teks “Iseng jualan jadi sukses berat modal main socmed” “Swipe biar uang jajan nambah terus!”, (slide 2) “Viralin di TikTok. Pamerin produk kerenmu lewat video” “Omongin di Twitter. Makin banyak diomongin, bisnis makin sukses!” “Iklanin di Instagram. Bikin akun bisnis, boost post-mu biar makin terkenal.”.

Makna Konotasi: Tri Mendukung Pedagang Online Pemula. Tri memberikan beberapa tips bagi Pedagang Online Pemula, khususnya yang belum pernah berjualan sama sekali.

Mitos: Tri Mendukung Pedagang Online Pemula. Saat ini pedagang atau penjual barang semakin diberi banyak pilihan, kalau dulu bila seseorang ingin berjualan harus memiliki tempat, maka saat ini dapat berjualan di internet. Terlebih kemajuan teknologi informatika, social media yang awalnya hanya untuk sekedar eksis dan ajang pamer, kini banyak dipakai untuk berjualan.

Dari Instagram hingga TikTok, platform media sosial yang dipakai pedagang untuk mengenalkan hingga mempromosikan barang dagangannya. Cukup bermodalkan akses internet baik gratis (wifi) atau kuota data dan akun media social maka sudah dapat berjualan.

Tri sudah tentu mendukung hal ini, apalagi pedagang online skala kecil (maupun

mikro) cenderung menggunakan kuota data yang terjangkau. Tri merupakan salah 1 provider internet dengan harga murah, jelas menjadi salah 1 pilihan konsumen.

Feed Instagram Tri Indonesia 30 Mei 2022.



Gambar 14. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia 30 Mei 2022.

Sumber: Instagram @triindonesia <https://www.instagram.com/p/CeLOSvPDxO/>

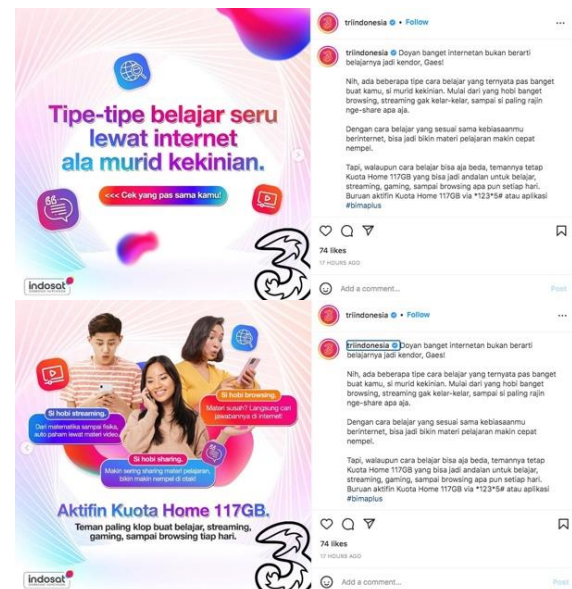
Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 30 Mei 2022. Terdapat 2 elemen pada gambar tersebut yakni: visual *smartphone* dengan 3 tampilan feed instagram ; teks “Bijak berinteraksi di internet.” “Stop cyberbullying!” “Stop sejenak, pikirkan ulang tanggapanmu” “Wajib cari tahu lebih dalam sebelum komen.” “Jaga ketikan, pilih Bahasa yang baik.”

Makna Konotasi: Tri Mencegah Cyberbullying. Tri memberikan beberapa tips mengenai pencegahan cyberbullying. Cyberbullying menjadi salah satu masalah nasional, karena kejadiannya di dunia maya. Pelakunya dapat sulit diketahui, karena dapat menggunakan nama palsu.

Mitos: Tri Mencegah Cyberbullying. Kalimat “Stop sejenak, pikirkan ulang

tanggapanmu” mengajak pelanggan Tri untuk tidak langsung berkomentar terhadap suatu konten yang sedang viral. Kalimat “Wajib cari tahu lebih dalam sebelum komen.” jelas mengajak pelanggan Tri untuk mencari tahu terlebih dahulu segala hal yang terkait dengan postingan yang akan dikomentari. Kalimat “Jaga ketikan, pilih Bahasa yang baik.” bermaksud untuk tidak sembarangan menuliskan (mengetik) kata-kata yang dapat melukai perasaan orang lain.

Feed Instagram Tri Indonesia 13 Juni 2022.



Gambar 15. Screenshot Feed Instagram Tri Indonesia 13 Juni 2022.

Sumber: Instagram @triindonesia https://www.instagram.com/p/CevRe_hp4yA/?img_index=1

Makna Denotasi: Gambar di atas merupakan screenshot dari akun Instagram Tri Indonesia, Feed pada tanggal 13 Juni 2022. Terdapat 2 elemen pada gambar tersebut yakni: (Slide 1) visual ikon website, youtube dan chatting, (Slide 2) visual ikon website, youtube dan chatting , Perempuan

pertama sedang menelepon dengan ekspresi ceria, perempuan kedua sedang melihat layar smartphone dengan ekspresi tercengang, seorang lelaki sedang melihat layar smartphone dengan ekspresi tercengang; (Slide1) teks “Tipe-tipe belajar seru lewat internet ala murid kekinian.” “cek yang pas sama kamu” , (Slide2) “ Si hobi streaming. Dari matematika sampai fisika, auto paham lewat materi video.” “Si hobi browsing. Materi susah? Langsung cari jawabannya di internet” “Si hobi sharing. Makin sering sharing materi pelajaran, bikin makin nempel di otak!” “Aktifin Kuota Home 117GB. Teman paling klop buat belajar, streaming, gaming, sampai browsing tiap hari.”

Makna Konotasi: Tri Mendukung Edukasi; Tri memberikan beberapa tips bagi para pelajar untuk dapat belajar lebih menyenangkan tanpa mengurangi esensi dari dunia Pendidikan.

Mitos: Tri Mendukung Edukasi: Kalimat “Si hobi streaming. Dari matematika sampai fisika, auto paham lewat materi video.” menjelaskan bahwa segala materi pembelajaran dari matematika sampai fisika dapat diperoleh di internet, contohnya melalui Youtube dan Brainly.

Kalimat “Si hobi browsing. Materi susah? Langsung cari jawabannya di internet” menjelaskan bahwa sesulit apapun materi, solusinya dapat diperoleh via internet, sudah banyak forum yang membahas materi dan soal-soal pembelajaran.

Kalimat “Si hobi sharing. Makin sering sharing materi pelajaran, bikin makin nempel di otak!” menjelaskan bahwa banyak yang sharing materi-materi pembelajaran di website maupun forum internet. Selain membantu orang lain, dengan sharing dapat membantu si siswa untuk lebih paham akan materi yang dia sharing.

b. Interpretasi Tanda Verbal dan Visual pada Feed Instagram Tri dari 24 Februari 2022 hingga 13 Juni 2022.

Melalui uraian tanda denotasi, konotasi dan mitos dari pembahasan diatas maka penulis berpendapat bahwa Tri konsisten peduli dan mendukung setiap kegiatan yang bersifat positif baik secara individu maupun kelompok.

Pada feed Instagram tanggal 20 Mei 2022, menampilkan 3 sosok anak muda yang berprestasi di tingkat internasional. Sudah banyak anak muda Indonesia yang mengharumkan Indonesia di tingkat internasional dari berbagai bidang ilmu, tapi Tri tidak lupa untuk memberikan inspirasi kepada anak muda lainnya dengan menampilkan sosok-sosok muda mudi tersebut.

Pada feed Instagram tanggal 9 Maret 2022 dan 25 April 2022, menjelaskan pentingnya investasi khususnya yang sedang trend saat ini seperti Forex dan cryptocurrency. Cryptocurrency menjadi viral semenjak pandemi Covid-19, dikarenakan banyak orang menghabiskan

waktu di dalam rumah/gedung dan lebih banyak waktu untuk berselancar di internet. Seiring berjalannya waktu banyak perusahaan besar yang mengadopsi crypto, sehingga ini menjadi angin segar bagi para investor crypto.

Pada feed Instagram tanggal 24 Februari 2022, Tri mendukung *content creator* dengan memberikan beberapa tips bagi *Content Creator* secara gamblang seperti “Tema unik & editan berkelas”, “Wajib pasang thumbnail clickbait” , “Keyword jangan ketinggalan”. Youtuber dapat dikatakan juga sebagai *Content Creator*, menjadi salah 1 profesi yang menjanjikan dan idaman bagi sebagian masyarakat Indonesia. Tentu Tri sebagai salah 1 provider terbesar di Indonesia setelah merger dengan Indosat, tidak mau melewatkan kesempatan ini dengan cara menampilkan feed yang bersifat edukasi.

Pada feed Instagram tanggal 8 Maret 2022 menampilkan Butet Manurung, salah seorang aktivis wanita sekaligus *Founder* dari Sokola Institute. Dia menjadi satu-satunya wanita yang peduli akan masyarakat 3T (TERDEPAN, TERLUAR, TERTINGGAL) di Jambi yaitu Masyarakat Suku Anak Dalam. Butet agar dapat memberikan materi edukasi terkini dan berkomunikasi dengan masyarakat diluar Suku Anak Dalam tentu membutuhkan operator seluler yang dapat diandalkan. Tri jelas peduli akan hal ini dan mengklaim sudah

membangun BTS disana.

E. KESIMPULAN

1. Kesimpulan

Bila diperhatikan sepiantas feed-feed Instagram akun Tri tidak ada hal-hal yang ganjil, tapi dapat ditelaah secara seksama sehingga dapat disimpulkan apakah ada perubahan target konsumen pasca Tri merger dengan Indosat.

Dari pembahasan di atas maka dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu: (1) Tri Peduli Akan Prestasi Anak Muda, hal ini didapat dari feed Instagram pada 20 Mei 2022 yang menampilkan 3 sosok muda berprestasi di tingkat internasional. (2) Tri Mengedukasi Pentingnya Investasi, hal ini didapat dari feed Instagram pada 9 Maret 2022 dan 25 April 2022. Feed 9 Maret 2022 menjelaskan secara singkat investasi jenis cryptocurrency, sedangkan feed 25 April 2022 menjelaskan secara singkat investasi jenis Forex (Foreign Exchange), Emas Digital dan Reksa Dana. (3) Tri mendukung *content creator*, hal ini didapat dari feed Instagram pada 24 Februari 2022 dimana Tri memberikan beberapa tips bagi *Content Creator*, khususnya YouTuber agar jumlah view-nya naik drastis dan menghasilkan pendapatan tinggi. (4) Tri Mendukung Kemajuan Perempuan Indonesia, hal ini didapat dari feed Instagram pada 8 Maret 2022 dimana menampilkan seorang wanita yang sangat peduli akan 1 suku pedalaman di Jambi.

2. Saran

Dari penelitian ini penulis memberikan saran-saran kepada pembaca maupun peneliti lainnya.

Saran pertama yaitu diharapkan lebih banyak penelitian yang menelaah konten-konten di media sosial khususnya dari akun-akun yang terverifikasi, agar pembaca dapat lebih memahami makna-makna baik yang tersirat maupun tersurat.

Saran kedua yaitu diharapkan terdapat penelitian serupa yang memakai metode dan teori lain dalam pembahasannya agar para peneliti dapat mempelajari dan menerapkan metode-metode yang sesuai dengan topik kajiannya.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, L., Chan, A., & Nirmalasari, H. (2020). The Effect of Customer Engagement Social Media to Brand Loyalty Indosat Ooredoo. *Ekonomi Bisnis Jurnal*, 25(1), 38–52.
DOI:<https://doi.org/10.17977/um042v25i1p38-52>
- Amanah, D., Agustini, F., & Harahap, D. A. (2022). Efektivitas Iklan Televisi Indosat-Tri Berdasarkan Daya Tarik Dan Frekuensi Tayang Iklan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(1), 93–103.
DOI:<https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9726>
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual (Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula)* (I. Fibrianti (ed.)). Bandung: Penerbit Nuansa.
- Barthes, R. (2017). *Elemen-Elemen Semiologi terjemahan M Ardiansyah* (M. Ardiansyah & E. A. Iyubenu (eds.)). Yogyakarta: Basabasi.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approach* (4th ed.). Singapore: Sage Publication.
- Halim, B. (2021). Kajian Semiotika Uang Kertas Rupiah Emisi 2016. *Imajinasi Jurnal Seni*, XV(2), 17–32.
DOI:<https://doi.org/10.15294/imajinasi.v15i2.33798>
- Hidayattuloh, M., Nurusholih, S., & Sumargono, I. (2022). Konten Analisis Akun Instagram @advanindonesia Dalam Mempromosikan Produk Smartphone Advan GX. *Narada Jurnal Desain Dan Seni*, 9(3), 315–326.
DOI:<https://doi.org/10.22441/narada.2022.v9.i3.006>
- Kesek, C. C., Tumbuan, W. J. F. A., & Samadi, R. L. (2022). Perbandingan Pengambilan Keputusan Penggunaan Provider Indosat IM3 dan Tri Pada Masa Covid-19. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1308–1319.
- Patriansah, M. (2014). Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Karya Patung Rajudin Berjudul Manyeso Diri. *Ekspresi Seni Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Karya Seni*, 16(2), 239–252.
DOI:<https://doi.org/10.26887/ekse.v16i2.76>
- Patriansah, M., & Sapitri, R. (2022). Tanda Dalam Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat : Analisis Semiotika Peirce. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 7(1), 101–120.
DOI:<https://doi.org/10.25124/demandia.v7i1.3654>
- Patriansah, M., Sapitri, R., & Prasetya, D. (2022). Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Rinso 'Yuk Mulai Bijak Plastik!' *Narada Jurnal Desain Dan Seni*, 9(3), 287–306.
DOI:<https://doi.org/10.22441/narada.2022.v9.i3.004>
- Piliang, Y. (2018). *Hipersemiotika, tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Putra, S. I., & Kurniasari, N. (2022).
Pemanfaatan Digital Public Relations
dalam Membangun Customer
Engagement melalui Media Sosial
Instagram @triindonesia.
*KALBISLANA Jurnal Sains, Bisnis Dan
Teknologi*, 8(1), 35–51.
- Vera, N., & Sikumbang, R. (2014). *Semiotika
Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia
Indonesia.

