

**REPRESENTASI NACIONALISME DAN NILAI-NILAI BUDAYA  
JEPANG PADA UJIAN JAPAN POST HOLDINGS (2019) DAN  
TOKYO (2019) DI OLIMPIADE TOKYO 2020**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Dipertahankan Dalam Ujian Skripsi Sarjana Sastra  
Program Studi Sastra Jepang**

**oleh**

**MUHAMMAD BILLY SAMBAMINATA  
043115043**

**385**

|                  |  |
|------------------|--|
|                  | PEPUSTAKAAN<br>FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN BUDAYA<br>UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR |
| Tgl Terima :     |  |
| No. Induk Buku : | 385 / III / F14/B1 2021  |
| No Class :       | 385 MUL r 2020   |
| Sumber Buku :    |  |



**PROGRAM STUDI SASTRA JEPANG  
FAKULTAS ILMU SOSIAL & BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR  
JANUARI 2020**

# HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Muhammad Dilly Sambaninata  
NPM : 041115043  
Jadul : Representasi Nasionalisme dan Nilai Budaya Jepang pada  
Kian Japan Post Holdings dan Toyota dalam Olimpiade  
Tokyo 2020

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai Negara  
dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra pada  
Program Studi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas  
Pakuan Bogor.

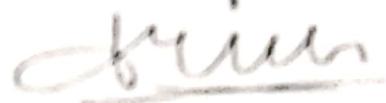
## DEWAN PENGUJI

Menyatakan

Pembimbing I : Rina Errama, M.Hum  
NIK. 1.0800.015.366



Pembimbing II : Paramita Wijaya Hapsari, M.Si  
NIK. 1.0616.048.755



Pembaca : Mulyanti, M.Si  
NIK. 1.1211.057.576

Ditetapkan di : Bogor  
Tanggal : 24 Januari 2020

Ketua Program Studi



Dr. Agnes Setyowati, H.M.Hum  
NIK : 1.0295.006.229

Helen Susanti, M.Si  
NIK: 1.0107.023.479



Dekan



**UHAMMAD BILLY SAMBAMINATA 043115043 Representasi Nasionalisme Dan Nilai Budaya Jepang Pada Iklan Japan Post Holdings (2019) Dan Toyota (2019).** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Kependidikan, Universitas Negeri Jakarta. Dibawah bimbingan **Rina Fitriana, M.Hum. dan Paramita Winny H., M.Si.**

Penelitian ini menggunakan analisi semiotik Roland Barthes, untuk menangkap makna yang terkandung dalam tanda, kode, dan konteks nasionalisme serta produk yang diiklankan. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat mewakili representasi nasionalisme dalam iklan sebagai satu bentuk strategi periklanan. Dengan mengangkat karakter bangsa Jepang dan bagaimana membuktikan perwakilan nasionalisme dalam iklan tersebut.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana nasionalisme dan nilai budaya Jepang direpresentasikan dalam iklan Japan post holdings(2019) dan Toyota (2019) di olimpiade Tokyo 2020. Jenis penelitian ini adalah analisis teks media yakni semiotika Roland Barthes, dimana model tersebut mempunyai dua tataran penelitian, dengan menggunakan pendekatan konstruktivis yang melihat dari beragamnya pemikiran manusia dan hasil penelitiannya memiliki makna nasionalisme,dan nilai-nilai budaya yang terkandung.

**Kata Kunci : Representasi, Nasionalisme, Nilai Budaya, Iklan**