

ABSTRAK

Rupiah merupakan alat pembayaran yang sah di Indonesia. Uang menjadi hal salah satu cara yang efektif menyampaikan pesan-pesan nasionalisme dan citra sebuah negara termasuk Indonesia. Dalam perjalanannya Indonesia telah mencetak beberapa macam uang yang terdiri dari uang logam dan uang kertas. Pada tahun 2020 pemerintah dan Bank Indonesia menerbitkan uang edisi khusus dalam memperingati HUT Republik Indonesia ke-75 tahun yaitu Uang Peringatan Kemerdekaan 75 tahun Republik Indonesia. Didalam uang edisi khusus tersebut, terdapat pesan komunikatif yang terdapat dalam desainnya karena sejatinya dibalik setiap mata uang pasti memiliki makna simbolis yang terkandung didalamnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna *nation branding* pada desain Uang Peringatan Kemerdekaan Rp.75.000,00.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis teori semiotika Charles Sander Peirce. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Hasil data yang diperoleh kemudian di analisis sesuai dengan triangulasi metode.

Penelitian menunjukkan hasil bahwa Uang Peringatan Kemerdekaan Rp.75.000,00 memiliki 19 representamen terhadap objeknya yaitu terdiri dari 7 ikon, 3 indeks dan 9 simbol. Dimana dari ke 19 tanda yang ditemukan memiliki maknanya tersendiri yang kemudian di kontruksikan menjadi makna *nation branding* Indonesia dan didapatkan hasil bahwa Uang Peringatan Kemerdekaan Rp.75.000,00 memiliki makna identitas nasional Bhineka Tunggal Ika.

Peneliti menyadari banyak sekali kekurangan yang ada dalam penelitian. Namun peneliti berharap bahwa penelitian yang diangkat dapat menjadi bahan pertimbangan literatur dan masukan bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian serupa. Selain itu peneliti memberi masukan kepada Bank Indonesia agar Uang Peringatan ini, dapat di sosialisasikan kembali karena pada nyatanya UPK ini tidak beredar di masyarakat karena sebagian besar masyarakat tidak mengetahui bahwa UPK Rp.75.000,00 merupakan uang yang dapat digunakan untuk bertransaksi dan memiliki makna yang mendalam.

Kata kunci : *Nation Branding*, Semiotika, Charles Sander Peirce, UPK Rp.75.000,00