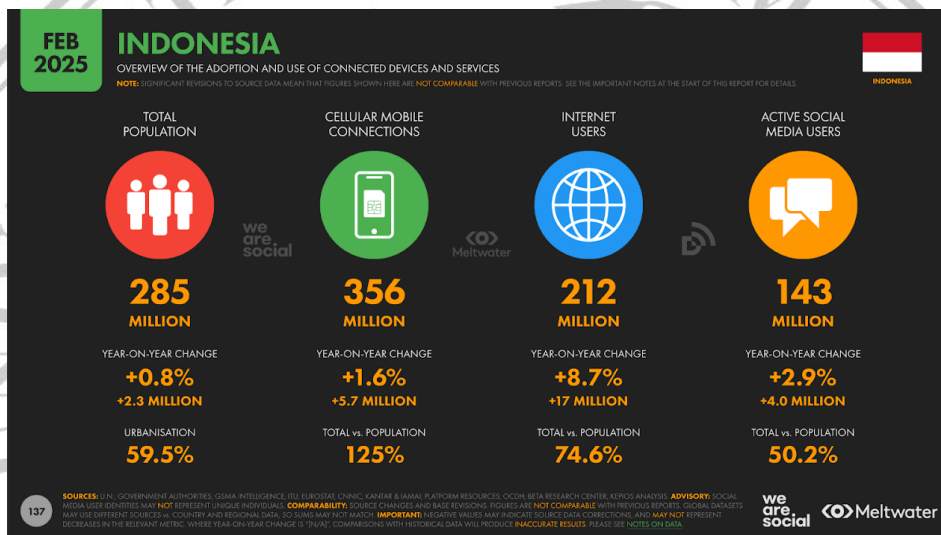


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Di era globalisasi saat ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuat dampak perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan. Hadirnya internet sebagai penghubung antara komunikator dengan komunikan ketika berjauhan melalui media sosial membuat para penggunanya memiliki ikatan tersendiri. Dengan begitu dapat mempermudah mereka dalam berinteraksi melalui platform media sosial seperti Instagram, Tiktok, Youtube dan Twitter serta platform media sosial lainnya.

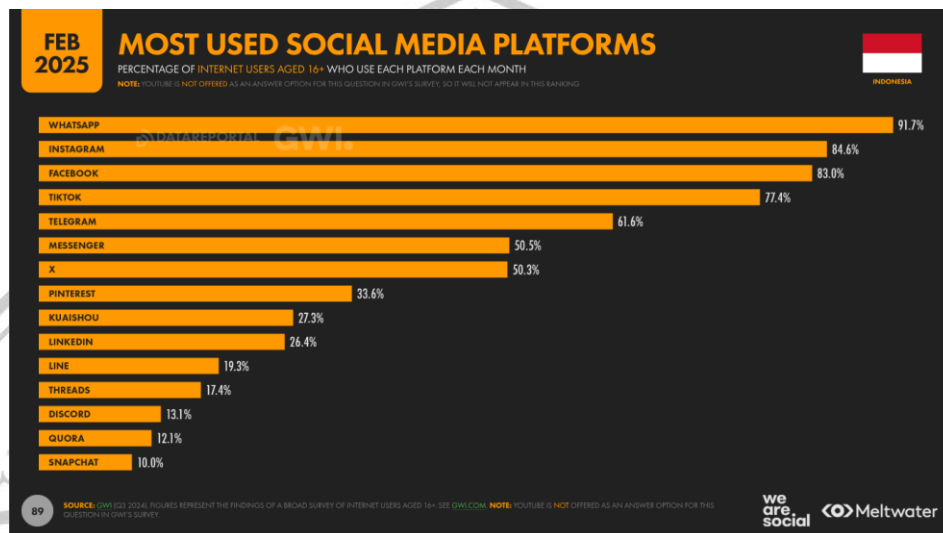


Gambar 1.1 Digital 2025: Indonesia

(Sumber : Datareportal.com, diakses pada 22/04/2025)

Selain itu, perkembangan algoritma dan fitur-fitur baru pada platform media sosial juga mendorong pengguna untuk menghabiskan lebih banyak waktu di platform media sosial. Hal tersebut diperkuat dengan adanya data yang diterbitkan oleh Datareportal.com (Kemp, 2025) pada laporan “Digital 2025: Indonesia” per 25 Februari 2025 menyatakan bahwa jumlah penduduk Indonesia mencapai 285 juta jiwa pada bulan Januari 2025 dengan jumlah pengguna internet mencapai 212 juta pengguna internet. Artinya penetrasi internet Indonesia meningkat sebanyak 74,6% dari total penduduk di awal tahun.

Mengalihkan perhatian ke demografi pengguna, data yang dipublikasikan dalam alat perencanaan iklan platform media sosial teratas menunjukkan bahwa pada awal tahun 2025, terdapat sekitar 126 juta orang Indonesia berusia 18 tahun ke atas yang aktif menggunakan media sosial. Jumlah ini setara dengan 62,7% dari total populasi pada kelompok usia tersebut. Dari keseluruhan pengguna, sekitar 46% adalah perempuan dan 54% adalah laki-laki.



Gambar 1.2 Platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia tahun 2025

(Sumber : Datareportal.com, diakses pada 22/04/2025)

Berdasarkan laporan hasil survei menunjukkan bahwa platform media sosial, khususnya Instagram menempati posisi peringkat 2 teratas sebanyak 84,6% dari jumlah populasi. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang memungkinkan penggunaannya mengunggah dan berbagi foto dengan orang lain, serta membagikannya ke berbagai jejaring sosial lain yang terhubung. Hal ini menjadikan Instagram sebagai media yang potensial untuk berinteraksi, berbagi konten, menyebarkan informasi dan menyuarakan gerakan sosial. Penggunaan media sosial terutama Instagram tidak hanya memberikan perubahan positif bagi para remaja Indonesia.

Dengan terkena paparan media sosial setiap hari juga akan terkena dampak negatif dari media sosial. Salah satu dampak negatif yang signifikan adalah terkait industri fashion yang dimana media sosial sering kali menampilkan konten fashion

dengan merek-merek internasional. Masuknya konten fashion dari brand internasional dapat mengalihkan perhatian remaja Indonesia dari budaya lokal, seperti batik. Selain itu, media sosial dapat menciptakan tekanan sosial dikalangan remaja untuk mengikuti trend yang sedang viral. Dalam situasi ini bisa saja batik terpinggirkan dan tertinggal jauh dalam dunia fashion karena dianggap sebagai sesuatu yang kaku, formal, dan hanya dikenakan dalam acara-acara tertentu seperti upacara, peringatan hari besar, atau kegiatan resmi sekolah. Kondisi ini menimbulkan jarak antara remaja dengan batik sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari. Apalagi remaja masa kini hidup di era digital yang sangat dipengaruhi oleh tren visual, kreativitas, dan ekspresi diri di media sosial. Mereka terbiasa membangun identitas personal melalui konten visual yang estetik, interaktif, dan mudah dipadupadankan dengan gaya modern.

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang diakui dunia, ditetapkan sebagai Warisan Budaya Tak Benda oleh UNESCO pada tahun 2009 (Taufiqoh et al., 2018). Keberadaan batik tidak hanya mencerminkan keragaman budaya dan tradisi di Indonesia, namun juga menjadi simbol identitas nasional. Dalam konteks modern, pelestarian batik menghadapi tantangan yang signifikan, terutama di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, hubungan antara batik dengan keadaan remaja saat ini terletak pada bagaimana batik dikemas dan diposisikan ulang sebagai bagian dari tren fashion dan gaya hidup yang kekinian. Batik tidak lagi sekadar simbol tradisi, tetapi dapat dihadirkan sebagai inspirasi gaya berpakaian yang kreatif, unik, dan mencerminkan kebanggaan terhadap budaya lokal.

Terdapat beberapa akun yang bertujuan untuk melestarikan kain batik sebagai bagian dari gaya hidup generasi muda. Pertama, komunitas dengan nama akun Instagram @pemudaberkain yang berfokus pada pelestarian batik dengan menampilkan berbagai motif, makna filosofis, inspirasi padu padan busana batik dalam kehidupan sehari-hari dan juga mengenai tradisi daerah yang dikemas dengan tampilan modern. Akun ini menyajikan konten visual yang kreatif dan informatif sehingga relevan dengan remaja.

Selanjutnya, yang kedua komunitas yang memanfaatkan Instagram dan memiliki ketertarikan dalam melestarikan warisan budaya Indonesia tak benda, berupa kain batik dalam dunia fashion batik atau sekarang lebih dikenal dengan istilah ‘berkain’ adalah akun Instagram @remajanusantara_. Akun ini telah memposting berbagai aktivitas serta konten terkait edukasi dan budaya mengenai kain batik untuk remaja agar dapat mengakses berbagai informasi tentang kain batik, termasuk sejarah, inspirasi, tren, dan lainnya.

Akun Instagram @remajanusantara_ tidak hanya memposting berbagai kegiatan dan konten-konten edukasi dan budaya terkait berkain batik, namun akun ini juga melakukan kampanye melalui Instagram dengan tagar #IndonesiaBerkain. Kampanye tagar #IndonesiaBerkain ini bertujuan untuk mengajak remaja Indonesia lebih mengenal dan mencintai batik sebagai budaya dan warisan nenek moyang yang patut untuk dilestarikan. Dengan pendekatan yang unik dan menarik, kampanye ini memanfaatkan berbagai konten visual yang menarik, seperti foto, video, dan cerita yang relevan dengan kehidupan sehari-hari remaja. Melalui kampanye digital seperti #IndonesiaBerkain, batik mampu hadir dalam ruang digital remaja, sehingga membangun persepsi baru bahwa kain tradisional juga bisa menjadi bagian dari identitas modern generasi muda.

Selain itu, pelibatan remaja dalam kampanye terkait budaya sangat penting untuk mengubah pandangan para remaja saat ini yang menganggap bahwa berkain hanya dapat dipakai oleh orang tua dan dalam acara formal saja. Tak hanya itu, remaja merupakan agen perubahan yang dapat mempengaruhi lingkungan sekitar. Jika mereka dapat mengapresiasi dan mengenakan batik, hal ini bisa menjadi langkah awal dalam pelestarian budaya. Dengan latar belakang ini, peneliti tertarik untuk melakukan observasi terhadap konten kampanye yang diunggah pada akun Instagram @remajanusantara_ yang telah memposting dan memposting ulang foto atau video para remaja yang mengenakan pakaian berkain batik melalui tagar #IndonesiaBerkain.

1.2 Permasalahan Penelitian

Kurangnya minat remaja dalam menggunakan pakaian berkain batik karena minimnya informasi terkait penggunaan kain batik untuk remaja, selain itu mereka

juga menganggap berkain batik hanya dikenakan oleh orang tua saja dan hanya dikenakan ketika acara formal.

1.3 Rumusan masalah

Bagaimana penyajian konten kampanye berkain batik melalui tagar #IndonesiaBerkain pada akun Instagram @remjanusantara_?.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis dan menggambarkan penyajian konten kampanye berkain batik melalui tagar #IndonesiaBerkain pada akun Instagram @remjanusantara_.

1.5 Manfaat Penelitian

- **Manfaat Akademis**

- a. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan bacaan dan rujukan bagi mahasiswa atau peneliti lain yang ingin memahami bagaimana media sosial digunakan untuk menyampaikan pesan budaya, khususnya kepada generasi muda.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi contoh nyata bagaimana metode analisis isi bisa dipakai untuk mengungkap makna dan pesan yang ada dalam teks dan visual media sosial.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bahwa pelestarian budaya seperti berkain batik tidak melulu harus dilakukan secara konvensional, tetapi juga bisa dilakukan dengan cara kreatif dan relevan melalui platform digital seperti Instagram.
- d. Hasil dan pendekatan penelitian ini diharapkan bisa dijadikan model atau inspirasi untuk penelitian selanjutnya yang membahas kampanye digital terkait budaya, keterlibatan anak muda, dan komunikasi melalui media sosial.

- **Manfaat Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi contoh bagaimana media sosial, terutama Instagram dimanfaatkan sebagai media kampanye

terkait budaya tradisional dengan cara yang lebih kekinian dan dekat dengan gaya hidup generasi muda.

- b. Hasil penelitian ini dapat membantu tim pengelola akun memahami seberapa kuat pesan kampanye mereka tersampaikan, serta melihat elemen visual dan narasi apa saja yang paling efektif menarik perhatian remaja.
- c. Penelitian ini memberikan gambaran nyata tentang strategi kampanye budaya yang bisa diadaptasi oleh lembaga kebudayaan, sekolah, atau instansi pemerintah untuk mengajak generasi muda mencintai budaya lokal.
- d. Bagi mereka yang bergerak di bidang komunikasi, branding, atau sosial media management, penelitian ini bisa jadi referensi untuk menyusun kampanye yang tidak hanya kreatif, tapi juga bermuatan nilai budaya.

