

SKRIPSI

**Pemaknaan Khalayak Dalam Kampanye #kebayagoestounesco di Instagram
(Studi Resepsi Pengguna *Fashion* Pada *Followers* @Raniaayamin)**

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu
Komunikasi



Oleh :

Zamita Thufaila Hanum

202010040311329

Dosen Pembimbing :

Sugeng Winarno, S.Sos., M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Zamita Thufaila Hanum

202010040311329

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Selasa, 2 Juli 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Novin Farid Styo Wibowo, M.Si
2. Jamroji, M.Comms
3. Sugeng Winarno, S.Sos, M.A

()
()
()

Mengetahui
Wakil Dekan (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik)



Najamuddin Hidayat Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

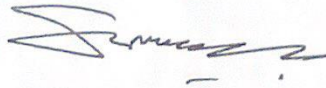
Pemaknaan Khalayak Dalam Kampanye #kebayagoestounesco di
Instagram (Studi Resepsi Pengguna *Fashion* Pada *Followers*
@Raniaayamin)

Diajukan Oleh :

Zamita Thufaila Hanum
202010040311329

Telah disetujui
Selasa / 2 Juli 2024

Pembimbing I



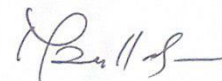
Sugeng Winarno, S.Sos, M.A

Wakil Dekan I



Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
HAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Zamita Thufaila Hanum
NIM : 202010040311329
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pemaknaan Khalayak Dalam Kampanye #kebayagoestounesco di Instagram (Studi Resepsi Pemerhati *Fashion* Pada *Followers @Raniaayamin*)

Disetujui,
Pembimbing

Sugeng Winarno, S.Sos., M.A

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Rangsang I Malang, Jawa Timur
T: +62 341 561 210 (Kantong)
F: +62 341 400 435

Kampus II
Jl. Purnasari Selatan No. 188 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 561 140 (Kantong)
F: +62 341 563 000

Kampus III
Jl. Raya Tesisnas No. 108 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 464 210 (Kantong)
F: +62 341 463 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN



Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Zamita Thufaila Hanum

NIM : 202010040311329

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang



Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

PEMAKNAAN KHALAYAK DALAM KAMPANYE #KEBAYAGOESTOUNESCO DI
INSTAGRAM (STUDI RESEPSI PEMERHATI FASHION PADA FOLLOWERS
@RANIAAYAMIN)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 06 Juni 2024

Yang Menyatakan,

METERAI
TEMPEL
90BFAAJX825383055

Zamita Thufaila Hanum



Kampus I
Jl. Raharjo 1 Malang Jawa Timur
T : +62 341 551 252 (Pusat)
F : +62 341 860 435

Kampus II
Jl. Dendang Satrio No 158 Malang Jawa Timur
T : +62 341 551 149 (Pusat)
F : +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raja Thero No 240 Malang Jawa Timur
T : +62 341 264 278 (Pusat)
F : +62 341 453 435
E : webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Zamita Thufaila Hanum
No. Induk Mahasiswa : 202010040311329
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemaknaan Khalayak Dalam Kampanye
#kebayagoestounesco di Instagram (Studi Resepsi
Pemerhati *Fashion* Pada *Followers @Raniaayamin*)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 06 Juni 2024
Dosen Pembimbing

Sugeng Winarno, S.Sos., M.A



Kampus I
Jl. Buntari 1 Malang, Jawa Timur
T : +62 341 551 252 (Handing)
F : +62 341 800 131

Kampus II
Jl. Dendanggen-Sabeni No 148 Malang, Jawa Timur
T : +62 341 551 129 (Handing)
F : +62 341 582 003

Kampus III
Jl. Rajas Tlogomas No. 788 Malang, Jawa Timur
T : +62 341 868 318 (Handing)
F : +62 341 853 435
E : esbmaste@umm.ac.id

LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : ZAMITA THUFAILA HANUM
NIM : 202010040311329
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester delapan (8) tahun akademik 2023/2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 06 Juni 2024

a.n Dekan
Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si




Kampus 1
Jl. Dauk-bano, 1 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 581 1001 (pusat)
F: +62 341 800 431


Kampus 2
Jl. Dawu-bano, 2 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 581 1002 (pusat)
F: +62 341 581 500

Kampus 3
Jl. Raya Tlogomas No. 100 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 800 210 (pusat)
F: +62 341 800 431
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29
TENTANG
PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG


JMM PASTI
BERSAMA SAMA MELAKUKAN PENELITIAN

**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI
SKRIPSI**

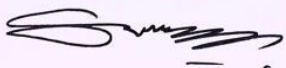
PEMAKNAAN KHALAYAK DALAM KAMPANYE #KEBAYAGOESTOUNESCO DI INSTAGRAM (STUDI RESEPSI PEMERHATI *FASHION* PADA *FOLLOWERS @RANIAAYAMIN*)

Oleh:
Nama : Zamita Thufaila Hanum
NIM : 202010040311329


Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 06 Juni 2024
Pembimbing I/Promotor


Sugeng Winarno, S.Sos., M.A
NIP. 10399110354

(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Bendungan 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 262 (Hunting)
F: +62 341 406 435

Kampus II
Jl. Bendungan Selatan No. 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 149 (Hunting)
F: +62 341 562 000

Kampus III
Jl. Raya Tuguas No. 740 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 218 (Hunting)
F: +62 341 403 435
E: webmaster@umm.ac.id

PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Zamita Thufaila H.

NIM : 202010040311329

Hasil Plagiasi : $\frac{24}{6}$

BAB I	10			
BAB II	12			
BAB III	20			

$\frac{24}{6}$

BAB IV	3			
BAB V	2			
BAB VI	3			

Malang, 24 Juni 2024

Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Kamis, 23 Mei 2024

Pukul 19:00

Telah dilaksanakan Seminar Hasil Oleh:

Nama Peneliti	Zamita Thufaila Hanum
NIM	202010040311329
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Pemaknaan Khalayak Dalam Kampanye #kebayagoestoumesco di Instagram (Studi Resepsi Pemerhati Fashion Pada Followers @Raniaayamin)
Pembimbing	Sugeng Winarno, S.Sos, M.A
Dosen Penguji I	Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui Platform Zoom Meeting, Dihadiri oleh Dosen Pembimbing, Dosen Penguji I dan sejumlah 20 Mahasiswa (Daftar Hadir Terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 06 Juni 2024

Dosen Pembimbing,

Dosen Penguji,

Sugeng Winarno, S.Sos, M.A

Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si

Mengetahui,

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi,

Nasrullah, M.Si



Kampus I
Jl. Bاندونغ 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sultani No 138 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 580 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 480 435
E. webmaster@umn.ac.id

**DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

No.	Nama	NIM	Program Studi
1	Namira Rizky A	202010040311192	Ilmu Komunikasi
2	Dani Abdussalam W	201710040311403	Ilmu Komunikasi
3	Hani Yulia	202010040311310	Ilmu Komunikasi
4	Putri Isabel R	202010040311101	Ilmu Komunikasi
5	Friska Alvianti	202010040311035	Ilmu Komunikasi
6	Izzul Haq Khumaini	202010040311335	Ilmu Komunikasi
7	Nafis Ikhdal Umam	202010040311571	Ilmu Komunikasi
8	Ershalina Chesaria R	202010040311367	Ilmu Komunikasi
9	Klarita Ardhya M	202010040311582	Ilmu Komunikasi
10	Muhammad Senopati Panotogomo	202310370311326	Teknik Informatika
11	Hulinza Mayzaroh	202010040311018	Ilmu Komunikasi
12	Erdee Abdillah	202020292292938	Ilmu Komunikasi
13	Ozzy Lorensia Arifika	202010040311336	Ilmu Komunikasi
14	Muhammad Khalish Abiyyu Azzam D	202010340311267	Teknik Sipil
15	Adisti Putri	202010040311344	Ilmu Komunikasi
16	Viola Kharida Hasna	202010040311108	Ilmu Komunikasi
17	Dea Atthala Cahyani	201910040311118	Ilmu Komunikasi
18	Naufal Adib Ghanim	201910120311010	Teknik Mesin
19	Jihavika Nurul Masy Ulla	202010040311356	Ilmu Komunikasi
20	Naura Rahma	-	-

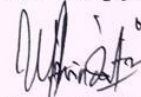
Malang, 06 Juni 2024

Dosen Pembimbing,



Sugeng Winarno, S.Sos, M.A

Dosen Penguji,



Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si

Mengetahui,

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi,



Nasrullah, M.Si

BERITA ACARA BIMBINGAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Zamita Thufaila Hanum
2. NIM : 202010040311329
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Pemaknaan Khalayak Dalam Kampanye #kebayagoestounesco di Instagram (Studi Resepsi Pemerhati *Fashion* Pada Followers @Raniaayamin)
6. Pembimbing : Sugeng Winarno S. Sos., M. A
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
07/04/2023	Pengajuan dan Konsultasi Judul	
22/06/2023	ACC Judul Penelitian "Pemaknaan Khalayak Dalam Kampanye #kebayagoestounesco di Instagram (Studi Resepsi Pemerhati <i>Fashion</i> Pada Followers @Raniaayamin)"	
18/07/2023	Seminar Proposal Skripsi	
05/10/2023	Konsultasi Bab I, II, III	
24/10/2023	ACC Penelitian	
30/01/2024	Konsultasi Bab V	
02/05/2024	Konsultasi Bab VI	
23/05/2024	Seminar Hasil	
04/06/2024	ACC Sidang Skripsi	

Malang, 06 Juni 2024

Dosen Pembimbing,

Sugeng Winarno, S.Sos., M.A



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 591 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 562 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAKSI

Zamita Thufaila Hanum, 202010040311329, Pemaknaan Khalayak Dalam Kampanye #kebayagoestounesco di Instagram (Studi Resepsi Pemerhati Fashion Pada Followers @Raniaayamin)

Fenomena budaya kebaya kini kembali memancarkan eksistensinya melalui kampanye media sosial, gerakan kampanye #kebayagoestounesco ini memiliki tujuan yaitu sebagai seruan dalam bentuk dorongan maupun gerakan dalam mendukung pendaftaran kebaya menjadi warisan tak benda ke UNESCO, selain itu tujuan dari kampanye #kebayagoestounesco adalah untuk mempopulerkan kembali kebaya. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana pemaknaan khalayak dalam memaknai kampanye #kebayagoestounesco di media sosial instagram dengan analisis resepsi dari pemerhati fashion pada followers @raniaayamin. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pemaknaan khalayak dalam memaknai kampanye #kebayagoestounesco di media sosial instagram melalui postingan infografis, postingan video dan postingan foto. Peneliti menggunakan Analisis Resepsi dari seorang ahli teori kritis dalam bidang kebudayaan yaitu Stuart Hall, dengan tiga kategori yang ia kemukakan yaitu posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi. Peneliti melakukan wawancara terhadap enam informan dari followers @raniaayamin dengan karakter yang berbeda dan tentunya para informan memiliki pemaknaan pesan yang berbeda-beda dalam memaknai kampanye #kebayagoestounesco. Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa peneliti menemukan 3 jenis kategori posisi pemaknaan dalam kampanye #kebayagoestounesco di media sosial instagram yang sesuai dengan 3 kategori penerimaan yang telah dikemukakan oleh Stuart Hall. Namun, dapat disimpulkan bahwa dalam pemaknaan khalayak tersebut seluruh informan lebih banyak setuju dan dominan dengan adanya *issue-issue* dalam kampanye #kebayagoestounesco dikarenakan berdasarkan latar belakang, pengalaman, lingkungan serta pemahaman oleh masing-masing informan terkait adanya kampanye #kebayagoestounesco.

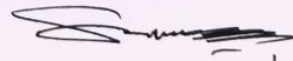
Kata kunci : Analisis Resepsi, Kampanye, Kebaya, #kebayagoestounesco, Instagram.

Malang, 06 Juni 2024
Peneliti



Zamita Thufaila Hanum

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Sugeng Winarno, S.Sos., M.A

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **“Pemaknaan Khalayak Dalam Kampanye #kebayagoestounesco di Instagram (Studi Resepsi Pengguna Fashion Pada Followers @Raniaayamin)”** dengan semaksimal mungkin.

Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi besar kita Muhammad SAW yang memimpin kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang yakni Addinul Islam hingga saat ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Namun dalam proses penyelesaian tugas akhir ini tentunya penulis tidak terlepas dari banyak dukungan, masukan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan, kelancaran serta kesehatan selama penulis mengerjakan tugas akhir skripsi ini.
2. Orang tua tercinta, Bapak Subkhan dan Ibu Umi Kholifah yang selalu memanjatkan doa, mendukung, memberikan seluruh cinta serta kasih sayangnya yang tidak pernah kurang, serta selalu bangga atas pencapaian apapun yang diperoleh putri bungsunya.
3. Saudara tersayang, Kanina dan Emas Api yang senantiasa menghibur dan menjadi kekuatan terbesar sebagai penenang ketika penulis merasa sedih, serta memberikan dukungan secara penuh dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
4. Bapak Sugeng Winarno, S.Sos, M.A, selaku dosen pembimbing yang telah mendampingi, memberi arahan, koreksi, dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi.

5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Jajaran Staff Prodi Ilmu Komunikasi yang berkontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini;
6. Kerabat dekat, Nawra, Eghi dan Shela yang selalu memberikan ruang nyaman dan sumber kebahagiaan yang tidak pernah ada habisnya.
7. Keluarga Perantauan, Adistipss yang telah kebersamai penulis sejak menjadi mahasiswa baru hingga saat ini dengan dukungan dan masukannya. Jeha, Ecak dan Ozi. Terimakasih selalu mendukung, membantu, menghibur dan mengisi kehidupan penulis selama menjalani status sebagai mahasiswa.
8. Terimakasih juga untuk seluruh subjek yang telah membantu proses penelitian dalam tugas akhir skripsi ini.
9. Kepada diri sendiri, Zamita Thufaila Hanum. Terimakasih telah bertahan dan berhasil dalam menyelesaikan tanggung jawab yang sudah dimulai, dengan berbagai permasalahan yang ada. Semoga keberkahan senantiasa beriringan dalam setiap langkahmu. Terimakasih sudah menjadi hebat, ya.
10. Seluruh pihak yang turut membantu dalam memberikan masukan, motivasi, dukungan serta doa baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis berharap tugas akhir skripsi ini dapat membawa dampak positif bagi para pembaca, penulis pun menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dalam hal ini penulis tidak menutup diri untuk menerima adanya kritik maupun saran yang dimana bisa menjadi pembelajaran bagi penulis untuk berkembang menjadi lebih baik kedepannya.

Demikian, Wassalamualaikum Wr.Wb.

Malang, 06 Juni 2024

Penulis

Zamita Thufaila Hanum

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	vi
LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
PLAGIASI	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	x
BERITA ACARA BIMBINGAN	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI	16
DAFTAR GAMBAR	18
DAFTAR TABEL.....	19
BAB I.....	20
PENDAHULUAN	20
1.1 Latar Belakang	20
1.2 Rumusan Masalah	26
1.3 Tujuan Penelitian.....	26
1.4 Manfaat Penelitian	26
1.4.1 Manfaat Teoritis	26
1.4.2 Manfaat Praktis	26
BAB II.....	28
TINJAUAN PUSTAKA	28
2.1. Kajian Teori.....	28
2.1.1. Analisis Resepsi Stuart Hall	28
2.1.2. Definisi Kampanye	29
2.1.3. Kebaya	32
2.1.4. Kebaya dan Sakralitas	32
2.1.5. Kampanye #kebayagoestounesco.....	34
2.1.6. Media Sosial Instagram.....	36
2.2. Kajian Pustaka.....	37

2.2.1. Penelitian Terdahulu.....	38
2.3. Kerangka Berpikir.....	39
BAB III	41
METODE PENELITIAN.....	41
3.1. Jenis Penelitian.....	41
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
3.3. Teknik Penentuan Subjek.....	41
3.4. Sumber Data.....	42
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV	44
GAMBARAN UMUM.....	44
4.1 Sejarah kampanye <i>#kebayagoestounesco</i>	44
BAB V.....	46
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
5.1 Hasil Penelitian.....	46
2.2.1 Identifikasi Subjek.....	46
2.2.2 Analisis Resepsi Kampanye <i>#kebayagoestounesco</i> di Instagram.....	48
5.2 Pembahasan.....	90
BAB VI.....	94
PENUTUP.....	94
6.1 Kesimpulan.....	94
6.2 Keterbatasan Penelitian.....	95
6.3 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Survey Responden Fashion Trends.....	21
Gambar 1. 2 Data Statistik Urutan Pengguna Instagram Terbanyak 2023.....	77
Gambar 2. 1 Unggahan postingan bentuk partisipasi Dian Sastro dalam menyuarakan kampanye #kebayagoestounesco.	24
Gambar 2. 2 Tampilan depan situs tradisikebaya.id.....	44
Gambar 2. 3 Unggahan yang diposting melalui tagar #kebayagoestounesco di Instagram.	45
Gambar 2. 4 Bentuk postingan pada kampanye #kebayagoestounesco di instagram.	49
Gambar 2. 5 Bentuk postingan video pada kampanye #kebayagoestounesco di instagram.	57
Gambar 2. 6 Bentuk postingan foto pada kampanye #kebayagoestounesco.....	72
Gambar 2. 7 Caption dalam postingan @Raniaayamin.	82
Gambar 2. 8 Bentuk postingan yang diunggah oleh Rania.	83



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kerangka Berpikir.....	40
Tabel 1. 2 Profil Subjek.....	46



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Ramadhan Givani & Junita Triwardhani Ike. (2021). Hubungan Antara Digital Kampanye #Localpride dengan Keputusan Pembelian. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 7, 225–229. <http://dx.doi.org/10.29313/v7i1.26648>
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Azizah N. (2022). Analisis Resepsi Viewers Akun Instagram @lyfewithless Terhadap Konten Kampanye #BELAJARJADIMINIMALIS. *Skripsi*. [https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3201/1/Full text_181211022.pdf](https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3201/1/Full%20text_181211022.pdf)
- Cindy Mutia A. (2023). *Indonesia Jadi Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak ke-4 di Dunia*. Databoks.Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- CNNIndonesia. (2019). *Survei: Ribet, Alasan Utama Anak Muda Ogah Pakai Kebaya*. CNNIndonesia. https://x.com/CNNIndonesia/status/1161502093909340160?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1161502093909340160%7Ctwgr%5Eb50da2dded529ed2efbc619a929f00f943866f48%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.cnnindonesia.com%2Fgaya-hidup%2F201908
- Danindra Rizky. (2021). *MEDIA SOSIAL MENURUT HUKUM PIDANA ISLAM (Penelitian di Ulee Lheue Banda Aceh) FAKULTAS SYARI ' AH DAN HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY DARUSSALAM-BANDA ACEH 2021 - M / 1441 H*. [https://repository.ar-raniry.ac.id/21846/1/Danindra Risky%2C 170102148%2C FSH%2C HES%2C 0895365441868.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/21846/1/Danindra%20Risky%2C%20170102148%2C%20FSH%2C%20HES%2C%200895365441868.pdf)
- Dihni, V. A. (2022). *Survey: Mayoritas Masyarakat Indonesia Memilih Gaya Simple untuk Tren Busana 2022*. Databoks.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/15/survey-mayoritas-masyarakat-indonesia-memilih-gaya-simple-untuk-tren-busana-2022>
- Dwi Anjar Yati. (2019). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA INFOGRAFIS*

*TERHADAP MINAT BELAJAR SISWA PENYANDANG DISABILITAS FISIK
PADA MATA PELAJARAN SEJARAH.*

<http://lib.unnes.ac.id/33938/1/3101415027maria.pdf>

Ecka Pramita. (2023). *Mengantar Kebaya Labuh dan Kerancang ke UNESCO*. Koran.Tempo.Co. <https://koran.tempo.co/read/gaya-hidup/480230/usulan-kebaya-betawi-dan-kepri-ke-unesco>

Hidayati, R. (2022). *Kebaya adalah Indonesia*. Tradisikebaya.Id. <https://tradisikebaya.id/artikel/kebaya-adalah-indonesia/>

Kemdikbud. (2023). *Lima Negara ASEAN Usulkan Kebaya Ke ICH UNESCO Sebagai Nominasi Bersama Tahun 2023*. Kemdikbud.Go.Id. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2023/02/lima-negara-asean-usulkan-kebaya-ke-ich-unesco-sebagai-nominasi-bersama-tahun-2023>

Kim, C. M. (2016). *Social Media Campaigns: strategies for public relations and marketing*.

https://www.academia.edu/40496906/Social_Media_Campaigns_Carolyn_Kim

Maudisha. (2022). *Generasi Z Cepat Menyerap Keterampilan Digital, Namun Sangat Perlu Didampingi Guna Capai Ranah Budaya Digital*. Ui.Ac.Id. <https://www.ui.ac.id/generasi-z-cepat-menyerap-keterampilan-digital-namun-sangat-perlu-didampingi-guna-capai-ranah-budaya-digital/>

Mustofa. (2019). Peran Hashtag (#) Dalam Media Sosial Sebagai Upaya Branding Pustakawan. *Journal Iainkudus*, 7(1), 34–36.

Nagata T, S. Y. (2023). PERKEMBANGAN KEBAYA KONTEMPORER SEBAGAI TRANSFORMASI BUDAYA. *Jurnal Seni & Reka Rancang*, 244. <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jsrr/article/download/16502/9701/57037>

Narita Fuji Triani. (2023). *5 Fakta Rania Maheswari, Seleb TikTok Keturunan Mangkunegaran dan Cicit Pahlawan Moh. Yamin*. Beautynesia.Id. <https://www.beautynesia.id/life/5-fakta-rania-maheswari-seleb-tiktok-keturunan-mangkunegaran-dan-cicit-pahlawan-moh-yamin/b-278391>

Novianita, A. (2022). ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS INSTAGRAM @THEBODYSHOPINDO TERHADAP KAMPANYE STOP SEXUAL

- VIOLENCE. *Publikasi Ilmiah*, 8.5.2017, 2003–2005.
- P, P. M. (2020). Pengembangan Desain Kebaya Dengan Penerapan Teknik Sulaman Bulion dan Payet [Universitas Pendidikan Ganesha]. In *Undergraduate thesis*. [https://repo.undiksha.ac.id/1494/3/1515011013-BAB I PENDAHULUAN.pdf](https://repo.undiksha.ac.id/1494/3/1515011013-BAB_I_PENDAHULUAN.pdf)
- Putriayu. (2023). *Tanda Berdaya Perempuan Indonesia Melalui Kebaya*. Goodnewsfromindonesia.Id.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2023/06/14/perempuan-indonesia-berdaya-melalui-kebaya>
- Putu Nadia Paramitha, N., Dewa Ayu Sugiarica Joni, I., & Devia Pradipta, A. (2021). Pemaknaan Khalayak Pada Campaign #EndToxicMasculinity pada Media Sosial Tiktok (Studi pada Remaja di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3).
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/78403>
- Ramadhani, S. F. (2023). *Pakai Kebaya Harus Sesuai dengan Tempat dan Acara, Jangan Asal*. Lifestyle.Sindonews.
<https://lifestyle.sindonews.com/read/1016979/186/pakai-kebaya-harus-sesuai-dengan-tempat-dan-acara-jangan-asal-1675778568>
- Ramadhika, P. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Suzie Handajani. (2023). Kebaya dan Wacana Pelestarian. *Lembaran Antropologi*, 2(2), 136–152. <https://doi.org/10.22146/la.12421>
- Team, C. (2019). *Dilema Kebaya: Pakem Adat Vs Modernisasi*. CNNIndonesia.
<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190815115441-277-421567/dilema-kebaya-pakem-adat-vs-modernisasi>
- Tradisikebaya.id. (2022). *Tentang Kami; Kebaya Warisan Budaya Tak Benda UNESCO*. <https://tradisikebaya.id/tentang-kami/>
- Trismaya, N. (2019). Kebaya Dan Perempuan: Sebuah Narasi Tentang Identitas. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 6(2), 151–159.
<https://doi.org/10.36806/jsrw.v6i2.41>
- Tuasikal, S. R., Sumarah, N., & Widiyanto, K. (2018). *ANALISIS MAKNA BUSANA KEBAYA PADA UPACARA ADAT*.

- Tunshorin, C. (2016). ANALISIS RESEPSI BUDAYA POPULER KOREA PADA ETERNAL JEWEL DANCE COMMUNITY YOGYAKARTA. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 10(April), 71–79. <https://media.neliti.com/media/publications/224286-analisis-resepsi-budaya-populer-korea-pa.pdf>
- Veranita, M., Susilowati, R., & Yusuf, R. (2021). Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(3), 279–290. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.279-290>
- Yunita Lianingtyas. (2022). *Menormalisasi Pemakaian Kebaya, Mungkinkah?* Tirto.Id. <https://tirto.id/menormalisasi-pemakaian-kebaya-mungkinkah-guYm>
- Zaini Miftach. (2018). (Djaman Satori & Aan Komariah). 53–54. https://repository.um-surabaya.ac.id/3142/4/BAB_3.pdf

