

## Pengemasan Pesan Pelestarian Kain Tradisional Indonesia di Media Sosial Instagram @Pemudaberkain

Nabilah Puspita Ardhani<sup>1</sup>, Augustin Mustika Chairil<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

nabilahardhani04@gmail.com, augustin.mustika.ilkom@upnjatim.ac.id

### ABSTRACT

*Social media, such as Instagram, has become an essential tool in raising awareness of social issues such as cultural preservation. The @pemudaberkain account is an initiative move that utilizes Instagram to reintroduce traditional Indonesian fabric into everyday life. The goal and focus of the @pemudaberkain account are to attract the interest of the younger generation in appreciating and using traditional Indonesian fabric. This study employs a qualitative content analysis method to examine how the preservation message is conveyed on the @pemudaberkain account during the period from November 2023 to July 2024. The findings show that @pemudaberkain utilizes various forms of content, including informative and persuasive messaging, to influence behavior change, encouraging audiences to adopt traditional fabrics both in formal occasions and casual styles. The @pemudaberkain account also collaborates with influence and external parties to expand its audience reach. Using the social marketing approach by Philip Kotler, @pemudaberkain aims to spread the idea of cultural preservation. Furthermore, @pemudaberkain has effectively used Instagram as a medium of cultural preservation, as evidenced by the positive audience responses, such as praise-filled comments, and audience's behavior shift toward wearing traditional Indonesian fabrics as part of their everyday attire.*

**Keywords:** Instagram; Traditional Indonesian Fabrics; Cultural Preservation; Social Marketing; Communication Message

### ABSTRAK

Media sosial seperti Instagram, saat ini telah menjadi alat dalam meningkatkan kesadaran terhadap isu sosial, contohnya isu pelestarian budaya. Akun @pemudaberkain merupakan bentuk inisiatif yang memanfaatkan Instagram untuk mempopulerkan kembali kain tradisional Indonesia dalam kehidupan sehari-hari. Fokus dan tujuan akun @pemudaberkain ialah untuk menarik minat generasi muda dalam mengapresiasi dan menggunakan kain tradisional. Penelitian ini menggunakan metode analisis konten kualitatif untuk mengkaji bagaimana pesan pelestarian dikemas dalam akun @pemudaberkain selama periode November 2023 hingga Juli 2024. Akun @pemudaberkain juga bekerja sama dengan *influencer* dan komunitas *external* untuk memperluas jangkauan audiensnya. Dikaji menggunakan konsep-konsep pengemasan pesan oleh Antika dan pemasaran sosial oleh Philip Kotler, hasil penelitian menunjukkan bahwa @pemudaberkain memanfaatkan berbagai bentuk konten dan bentuk pesan informatif dan persuasif untuk mempengaruhi perubahan perilaku, dan mendorong audiens mengadopsi gaya berpakaian menggunakan kain tradisional Indonesia secara formal maupun kasual. Keberhasilan akun @pemudaberkain dalam melestarikan kain tradisional dibuktikan melalui tanggapan positif dari audiens, berupa komentar pujian yang mengungkapkan rasa inspirasi dan edukasi. Selain itu, @pemudaberkain berhasil menggunakan Instagram sebagai media yang efektif dalam mengedukasi isu sosial dan mendorong perubahan perilaku yang mendukung pelestarian kain

tradisional Indonesia, perubahan perilaku yang ditunjukkan oleh audiens yang turut memakai kain tradisional Indonesia sebagai atribut berpakaian sehari-hari.

**Kata kunci:** Instagram; Kain Tradisional Indonesia; Pelestarian Budaya; Pengemasan Pesan; Pemasaran Sosial

## PENDAHULUAN

Akun @pemudaberkain merupakan bentuk inisiatif dalam gerakan pelestarian budaya tradisional Indonesia. Kain tradisional Indonesia masih memiliki persepsi bahwa terkesan kuno, kaku, dan memiliki banyak aturan dalam penggunaannya (Trismaya, 2021). Kemunculan akun @pemudaberkain merupakan respons terhadap persepsi tentang kain tradisional Indonesia dan berusaha untuk mengubah persepsi kain tradisional Indonesia dari sekedar pakaian adat menjadi busana untuk berpakaian sehari-hari yang *trendy* dan *fashionable*. Melalui konten yang diunggah, @pemudaberkain berupaya menarik perhatian dan minat pemuda-pemudi untuk kembali menormalisasi penggunaan kain tradisional Indonesia sebagai busana sehari-hari. Hasil dari upaya memperkenalkan kembali kain tradisional Indonesia yang dilakukan oleh @pemudaberkain dapat dilihat melalui perubahan perilaku pengikut dari @pemudaberkain yang turut mengunggah foto dan video hasil kreasi berpakaian dengan kain tradisional Indonesia.

Media sosial berpengaruh terhadap pesan menjadi begitu cepat populer. Hal tersebut dapat terjadi karena karakteristik media sosial yang bersifat interaktif, mudah diakses, mampu memasuki ranah individu, dan personal (Venus, 2019). Sehingga, dalam era digital saat ini penggunaan media sosial sebagai alat penyebaran pesan pelestarian kain tradisional Indonesia memiliki potensi besar. Instagram menjadi salah satu bentuk *platform* media sosial yang populer di Indonesia. Melalui data oleh Statista, Indonesia berada pada peringkat keempat di dunia dengan pengguna aktif Instagram terbanyak dengan jumlah 100 juta pengguna. Penggunaan media sosial dalam menyebarkan sebuah gagasan memiliki fokus utama untuk menyebarkan pesan yang efektif dan dapat diterima oleh audiens yang luas. Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media untuk berkomunikasi membutuhkan pendekatan yang matang agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik. Dengan menggabungkan dan merancang berbagai elemen komunikasi oleh Harold D. Lasswell (dalam Mulyana, 2023), mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima, hingga pengaruh (efek) dapat mempermudah mencapai tujuan melalui pengemasan pesan komunikasi yang optimal.

Penyampaian pesan terkait suatu isu melalui media sosial telah dilakukan para feminis secara individu maupun kelompok. Caldeira (2024) menyatakan bahwa *platform* media sosial Instagram memainkan peran penting dalam merepresentasi serta menyebarkan aksi dan ideologi feminisme, terutama pada gelombang keempat feminisme. Selain itu, *platform* Instagram juga dianggap efektif sebagai alat dalam upaya meningkatkan minat berkunjung ke museum dan minat terhadap pengetahuan sejarah seperti yang dilakukan oleh Museum Nasional Indonesia (Ayuningtyas, 2020).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan menganalisis pengemasan pesan pelestarian kain tradisional Indonesia pada akun Instagram @pemudaberkain berdasarkan konsep-konsep pengemasan pesan dalam penelitian oleh Antika (2023) dan pemasaran sosial oleh Philip Kotler.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan dengan terperinci suatu fenomena sosial, perilaku, atau pengalaman yang dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis data yang tidak bersifat numerik. Dalam penelitian ini, penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk memahami, menggambarkan, dan mengulas pengemasan pesan pelestarian kain tradisional Indonesia di *platform* Instagram pada akun @pemudaberkain. Melalui penggunaan pendekatan tersebut, peneliti bisa menggali informasi mendalam dan mengulas pengemasan pesan pelestarian kain tradisional Indonesia oleh akun @pemudaberkain.

Metode analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*) juga akan digunakan untuk menganalisis dan memaknai pesan-pesan dalam unggahan konten pada akun Instagram @pemudaberkain. Metode analisis isi kualitatif merupakan teknik analisis penelitian yang digunakan untuk analisis data dan interpretasi teks kesimpulan pada suatu teks atau konten oleh Klaus Krippendorff. Objek dari penelitian ini adalah konten yang diunggah oleh akun Instagram @pemudaberkain, meliputi foto atau gambar, video, hingga *caption* yang tersedia dalam *feeds* selama periode November 2023 hingga Juli 2024 sebanyak 29 konten.

Melalui pendekatan dan metode ini, penelitian tidak hanya mengidentifikasi pengemasan pesan pelestarian kain tradisional Indonesia berdasarkan konsep-konsep pengemasan pesan dalam penelitian oleh Antika (2023) dalam akun @pemudaberkain, tetapi juga dievaluasi berdasarkan konsep pemasaran sosial oleh Philip Kotler. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan tinjauan tentang pengemasan pesan dan pemasaran sosial terhadap isu pelestarian budaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama periode observasi pada November 2023 hingga Juli 2024, penulis melakukan analisis terhadap 29 konten dari akun @pemudaberkain. Konten yang diunggah pada periode tersebut secara keseluruhan memiliki tujuan menyampaikan pesan pelestarian kain tradisional Indonesia, sehingga akan dianalisis berdasarkan konsep pengemasan pesan oleh Antika (2023) yang terdiri dari bentuk pesan, tema pesan, bentuk konten, dan tanggapan konten. Proses analisis dan interpretasi konten berfokus pada bagaimana @pemudaberkain mengemas pesan melalui teks dan visual dalam konten yang diunggah.

Interpretasi tersebut akan dijabarkan berdasarkan kategori yang telah ditentukan guna memahami pengemasan pesan pelestarian kain tradisional Indonesia yang dilakukan oleh @pemudaberkain melalui Instagram. Penjabaran ini

berdasarkan kategori bentuk pesan oleh Widjaja dan Arisy (dalam Antika, 2023) yaitu informatif, persuasif, dan koersif; kategori tema pesan dengan dimensi *fashion* dan inspirasi gaya, edukasi dan tutorial, kegiatan komunitas dan *event*, kolaborasi dan dukungan; bentuk konten oleh Husna (2019) yang meliputi video, gambar atau foto; serta tanggapan konten oleh Salim (2022) yang memiliki 2 (dua) dimensi yaitu tanggapan positif dan tanggapan negatif. Data di bawah ini telah dibuat untuk memberikan gambaran mengenai konsep pengemasan pesan yang telah diidentifikasi dalam 29 konten pada @pemudaberkain.

Tabel di bawah ini merinci kategori serta dimensi pada konten Instagram @pemudaberkain, dari tabel ini dapat ditemukan bahwa dalam satu konten dapat mengandung lebih dari satu dimensi yang menunjukkan kompleksitas pesan dan informasi dalam konten-konten yang diunggah. Contohnya, sebuah konten dapat mengandung bentuk pesan informatif sekaligus persuasif. Hal tersebut dapat terjadi karena konten sering kali mengandung berbagai aspek dan elemen, seperti teks atau gambar, sehingga membuka kesempatan ditemukannya berbagai dimensi dalam satu unggahan konten.

**Tabel 1. Kategorisasi pengemasan pesan pada konten @pemudaberkain**

Sumber: Olahan penulis

Kategori	Dimensi	Jumlah Konten
Bentuk Pesan	Informatif	7
	Persuasif	25
	Koersif	-
Tema Pesan	<i>Fashion</i> dan inspirasi gaya	22
	Edukasi dan tutorial	2
	Kegiatan komunitas dan <i>event</i>	6
	Kolaborasi	4
Bentuk Konten	Video	7
	Gambar atau Foto	22
Tanggapan Konten	Tanggapan Positif	23
	Tanggapan Negatif	-

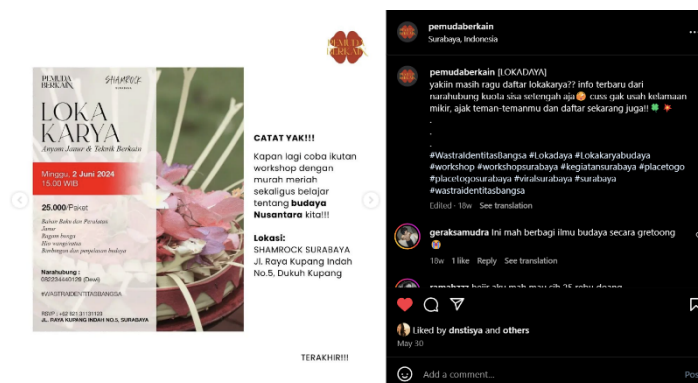
## Pengemasan Pesan Pelestarian Kain Tradisional Melalui Instagram

### a. Bentuk Pesan

Berdasarkan tabel 1, dapat diamati bahwa jumlah konten dengan bentuk pesan persuasif lebih banyak jika dibandingkan dengan konten bentuk pesan informatif. Dalam konten oleh @pemudaberkain tidak ditemukan bentuk pesan koersif yang memaksa audiens. Secara garis besar, @pemudaberkain menyajikan konten dengan bentuk pesan informatif dan persuasif untuk mempengaruhi audiens agar berpartisipasi dalam upaya pelestarian kain tradisional Indonesia berdasarkan kemauan audiensnya sendiri. Oleh karena itu, unit analisis yang digunakan dalam kategori bentuk

pesan adalah konten dengan bentuk pesan persuasif dan bentuk pesan informatif.

Bentuk pesan informatif pada konten @pemudaberkain menyajikan informasi-informasi kegiatan atau *event* yang akan diselenggarakan. Pesan informatif dalam konten @pemudaberkain mengandung detail seperti cara berpartisipasi, biaya pendaftaran, dan sebagainya. Selain itu, @pemudaberkain sering kali memberikan informasi terkait tren busana memakai kain tradisional dan contoh penggunaannya. Konten dengan bentuk pesan persuasif menyajikan ajakan dan dorongan untuk audiens agar mengadopsi gaya berpakaian memakai kain tradisional Indonesia. Bentuk pesan persuasif juga digunakan untuk mempromosikan *event* yang diselenggarakan oleh @pemudaberkain.



**Gambar 1. Konten dengan Bentuk Pesan Persuasif dan Bentuk Pesan Informatif**  
Sumber: Instagram @pemudaberkain

Contohnya, dalam gambar 1, merupakan konten poster kegiatan yang diselenggarakan oleh @pemudaberkain. Konten yang diunggah pada 30 Mei 2024 ini mengandung bentuk pesan informatif sekaligus persuasif. Konten pada gambar 1 menyajikan pesan persuasif digunakan dalam mempromosikan kegiatan Lokakarya Budaya Nusantara yang diselenggarakan oleh @pemudaberkain dengan menekankan keuntungan yang akan didapat ketika mengikuti kegiatan tersebut. Bentuk pesan informatif dalam konten ini digunakan untuk memberikan informasi dengan lengkap seperti biaya pendaftaran, tanggal kegiatan, hingga materi yang akan dipelajari saat kegiatan Lokakarya Budaya Nusantara berlangsung.

b. Tema Pesan

Pada kategori tema pesan, terdapat 4 (empat) dimensi tema pesan yang ditemukan dalam konten-konten akun @pemudaberkain. Keempat tema pesan tersebut yaitu, *fashion* dan inspirasi gaya; edukasi dan tutorial; kegiatan komunitas dan *event*; kolaborasi. Mengacu pada tabel 1, sebanyak 29 konten selama periode November 2023 hingga Juli 2024, akun @pemudaberkain mengunggah konten dengan tema *fashion* dan inspirasi gaya yang berjumlah 22 konten, disusul dengan konten dengan tema kegiatan komunitas dan *event* sebanyak 6 postingan, kemudian konten dengan tema kolaborasi sebanyak 4

konten, dan konten dengan tema edukasi dan tutorial sebanyak 2 konten. Selain itu, ditemukan beberapa konten yang mengandung lebih dari 1 (satu) tema. Temuan tersebut mengkonfirmasi bahwa akun @pemudaberkain cenderung mengemas pesan pelestarian menggunakan tema pesan *fashion* dan inspirasi gaya dalam konten-kontennya.

## 1) Tema Pesan *Fashion* dan Inspirasi Gaya

Tema pesan *fashion* dan inspirasi gaya menampilkan berbagai perpaduan kain tradisional dengan busana atau pakaian *modern*, memberikan ide dan inspirasi kepada audiensnya untuk mengadopsi gaya berpakaian dengan memakai kain tradisional Indonesia.



**Gambar 1. Konten dengan Tema Pesan *fashion* dan Inspirasi Gaya**

Sumber: Instagram @pemudaberkain

## 2) Tema Pesan Edukasi Dan Tutorial

Tema pesan edukasi dan tutorial bertujuan mendidik audiens tentang teknik mengenakan kain tradisional, seperti cara memakai kain dengan benar atau sejarah dan motif kain tradisional Indonesia.



**Gambar 2. Konten dengan Tema Pesan Edukasi dan Tutorial**

Sumber: Instagram @pemudaberkain

3) Tema Pesan Kegiatan Komunitas Dan *Event*

Tema pesan kegiatan komunitas dan *event* mempromosikan dan menyajikan dokumentasi berbagai kegiatan yang mengangkat tema kain tradisional Indonesia.

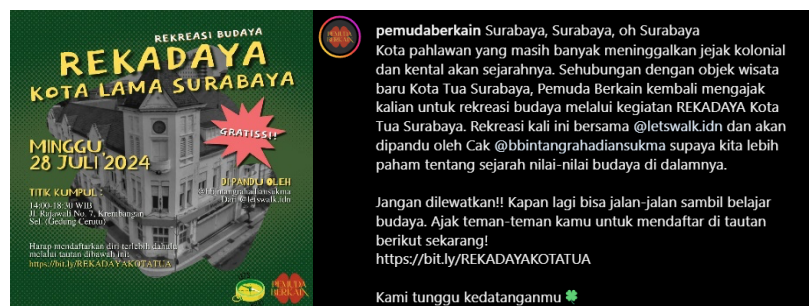


**Gambar 3. Konten dengan Tema Pesan Kegiatan Komunitas dan *Event***

Sumber: Instagram @pemudaberkain

4) Tema Pesan Kolaborasi

Tema pesan kolaborasi berisi konten @pemudaberkain yang berkolaborasi dengan berbagai pihak luar seperti komunitas lain, *brand*, dan *influencer*.



**Gambar 4. Konten dengan Tema Pesan Kolaborasi**

Sumber: Instagram @pemudaberkain

a. Bentuk Konten

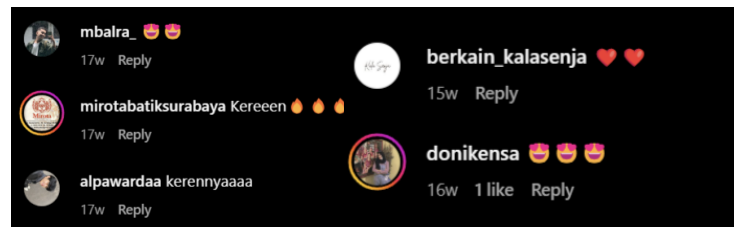
Berdasarkan tabel 1, kategori bentuk pesan pada postingan @pemudaberkain periode November 2023 – Juli 2024, secara umum akun @pemudaberkain lebih banyak menyajikan konten dalam bentuk konten gambar yang berjumlah 22 konten dan bentuk konten video sebanyak 7 konten. Dari temuan tersebut. Konten dengan bentuk gambar lebih menjadi format konten yang dianggap lebih efektif untuk menarik perhatian atau menyampaikan informasi secara visual dengan cepat (Husna, 2019). Namun penggunaan video yang meskipun lebih jarang, tetap hadir sebagai format penting. Bentuk video digunakan untuk menyampaikan pesan yang memerlukan penjelasan lebih mendalam atau visual yang lebih dinamis.

Bentuk konten video pada akun @pemudaberkain berisi tentang tutorial pemakaian kain tradisional Indonesia. Konten tutorial lebih cocok dikemas dalam bentuk konten video karena dapat menampilkan langkah-langkah pemakaian kain tradisional Indonesia lebih detail dibandingkan

menggunakan konten bentuk gambar atau foto. Sementara itu, konten bentuk gambar atau foto lebih banyak digunakan untuk menampilkan penggunaan kain tradisional dalam pakaian sehari-hari, poster kegiatan, dan dokumentasi kegiatan. Konten bentuk gambar dan video ini berfungsi untuk menampilkan beragam variasi gaya dalam mengenakan kain tradisional yang telah dimodifikasi dengan berbagai cara kreatif dan *modern*. Selain menampilkan inspirasi gaya menggunakan kain tradisional dalam bentuk gambar, @pemudaberkain juga menampilkan poster-poster kegiatan dalam bentuk gambar. Poster-poster ini diunggah untuk mempromosikan acara yang diadakan oleh @pemudaberkain, yang tidak hanya berfokus pada pelestarian kain tradisional, tetapi juga pada warisan budaya tradisional lainnya dengan cara yang kreatif dan menarik perhatian.

b. Tanggapan Konten

Pada tabel 1 telah ditampilkan bahwa terdapat 23 konten dari 29 konten oleh @pemudaberkain menerima tanggapan positif. Sementara itu, tidak ditemukan tanggapan negatif terhadap konten @pemudaberkain pada periode November 2023 hingga Juli 2024. Namun, terdapat 6 konten dari 29 konten yang tidak mendapatkan tanggapan di kolom komentar. Tanggapan positif umumnya ditujukan ketika individu atau kelompok menyetujui topik yang dibahas pada sebuah konten, dengan menggunakan bahasa yang sopan, tidak menyinggung perasaan, serta memberikan dukungan. Sebaliknya, tanggapan negatif muncul ketika individu menyampaikan komentar yang tidak mendukung, seperti kritik yang menyudutkan, penghinaan, atau cacian (Salim, 2022).



**Gambar 5. Konten dengan tanggapan Positif**

Sumber: Instagram @pemudaberkain

Secara garis besar, tanggapan positif yang diberikan merupakan apresiasi terhadap gaya berpakaian menggunakan kain tradisional. Komentar yang ditemukan cenderung memberikan pujian terhadap *mix and match* menggunakan kain tradisional Indonesia. Dukungan ini menunjukkan bahwa postingan yang diunggah berhasil menarik perhatian dan mendapat sambutan hangat dari audiens @pemudaberkain, dan menunjukkan bentuk pengemasan pesan pelestarian kain tradisional oleh @pemudaberkain dengan cara yang positif dan menarik.

### **Instagram Sebagai Media Sosialisasi Pelestarian Budaya**

Sebagai platform yang mampu menyebarkan informasi dengan cepat, Instagram kini dapat dijadikan media untuk melakukan sosialisasi dan promosi

budaya dan proses pelestariannya (Jatina *et al*, 2023). Akun Instagram @pemudaberkain telah menggunakan *platform* Instagram untuk menyebarkan pesan pelestarian kain tradisional Indonesia. Dalam konteks ini, @pemudaberkain menerapkan konsep pemasaran sosial. Konsep pemasaran sosial yang dipopulerkan oleh Philip Kotler ini berfokus untuk mempengaruhi perubahan perilaku demi kebaikan individu dan masyarakat. Akun Instagram @pemudaberkain memanfaatkan Instagram untuk mempengaruhi perilaku audiens dalam hal apresiasi dan pemakaian kain tradisional, yang merupakan bagian dari upaya pelestarian kain tradisional. Terdapat beberapa *key aspect* dalam buku “*Social marketing: Behavior change for social good*” oleh Kotler dan Nancy (2020) yaitu *influencing behavior change, systematic planning process, focusing on priority audience segments, dan delivering positive benefits*. Dari keempat *key aspect* tersebut akan dijabarkan berdasarkan analisis pengemasan pesan yang telah dilakukan pada akun @pemudaberkain:

a) *Influencing behavior change*

Akun @pemudaberkain bertujuan untuk mengubah cara orang melihat dan menggunakan kain tradisional Indonesia. Dengan memposting konten yang menampilkan berbagai cara pemakaian kain, tutorial, dan informasi tentang kain tradisional, @pemudaberkain mendorong audiens untuk mengadopsi dan melestarikan kain tradisional Indonesia. Konten-konten ini tidak hanya mendidik audiens tentang teknik pemakaian yang benar tetapi juga mengajak mereka untuk mengintegrasikan kain tradisional dalam kehidupan sehari-hari mereka, seperti dalam acara formal atau gaya berpakaian *casual*.

b) *Systematic planning process*

Akun @pemudaberkain menggunakan pendekatan yang terstruktur dalam menyusun konten-kontennya. Mereka memanfaatkan berbagai fitur Instagram, contohnya posting gambar dan video, untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya pelestarian kain tradisional. Pendekatan ini mencakup perencanaan konten dan kegiatan yang relevan dengan hari-hari penting yang bertema nasionalisme, seperti Hari Lahir Pancasila, yang kemudian dikolaborasikan dengan tema pelestarian budaya nasional seperti kain tradisional Indonesia, anyam janur, dan sebagainya.

c) *Focusing on audience*

Akun @pemudaberkain menargetkan segmen audiens yang tertarik pada budaya dan *fashion*, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Dengan mengadaptasi tren dan kebiasaan audiens, akun @pemudaberkain mampu menarik perhatian dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian kain tradisional. Postingan yang dilakukan juga sering kali melibatkan kolaborasi dengan *influencer* dan komunitas lain untuk memperluas jangkauan dan dampak pesan pelestarian kain tradisional Indonesia.

d) *Delivering positive benefits*

Tujuan utama dari upaya @pemudaberkain adalah untuk memberikan manfaat bagi warisan budaya Indonesia. Dengan meningkatkan apresiasi terhadap kehadiran kain tradisional, @pemudaberkain berkontribusi pada pelestarian warisan budaya Indonesia. Keberadaan komentar positif dari audiens yang merasa terinspirasi dan teredukasi serta audiens yang kembali memakai kain tradisional Indonesia sebagai gaya berpakaian sehari-hari menunjukkan bahwa @pemudaberkain telah memberikan dampak positif bagi isu sosial, yaitu pelestarian budaya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Pengemasan pesan pelestarian kain tradisional Indonesia pada akun @pemudaberkain melalui Instagram dikemas dengan menggunakan bentuk pesan informatif dan bentuk pesan persuasif, tema pesan yang bervariasi, dan bentuk konten berupa video dan gambar. Pendekatan pengemasan pesan yang digunakan oleh @pemudaberkain memastikan pesan pelestarian kain tradisional Indonesia disampaikan secara efektif dan relevan dengan audiensnya, sehingga @pemudaberkain dapat mempengaruhi perubahan perilaku dengan mendorong audiens untuk mengadopsi dan melestarikan kain tradisional. Fokus utama dari upaya @pemudaberkain adalah untuk mengubah perilaku audiens agar lebih peduli terhadap keberadaan kain tradisional Indonesia. Keberhasilan dalam mencapai tujuan ini dapat dilihat melalui tanggapan positif dari audiens, seperti komentar pujian. Komentar positif dan partisipasi audiens @pemudaberkain saat mengikuti kegiatan yang diselenggarakan dan dalam mengadopsi kain tradisional Indonesia sebagai bagian dari berpakaian menunjukkan bahwa @pemudaberkain dalam menyampaikan pesan pelestarian kain tradisional tidak hanya informatif tetapi juga menginspirasi dan membangun apresiasi yang lebih mendalam terhadap warisan budaya Indonesia. Secara keseluruhan, @pemudaberkain berhasil memanfaatkan Instagram sebagai media yang efektif untuk melakukan sosialisasi dan melestarikan kain tradisional Indonesia. Akun Instagram @pemudaberkain menunjukkan bahwa dengan pendekatan pengemasan pesan dan perencanaan yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang kuat dalam mengedukasi masyarakat dan menginspirasi perubahan perilaku yang mendukung pelestarian budaya.

### Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, sejumlah saran dapat diberikan untuk pengembangan penelitian di masa mendatang, peneliti melihat peluang untuk mengkaji lebih dalam terkait bagaimana @pemudaberkain menyusun strategi dalam memproduksi konten-konten pelestarian budaya melalui media sosial yang dapat dilakukan menggunakan metode pengumpulan data *in-depth interview*. Kemudian, penelitian ini dapat dikembangkan dan diperluas dengan membandingkan pengemasan pesan pelestarian budaya yang dilakukan oleh akun serupa, hal ini dilakukan agar dapat mengetahui perbandingan pengemasan pesan pelestarian kain tradisional antara @pemudaberkain dan akun serupa lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtyas, F., Uljanatunnisa, U., & Sevilla, V. (2020). Using Instagram Museum Nasional as a historical education media through e-Publication to engage audiences. *Library Philosophy and Practice (E-journal)*. <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/4643>
- Caldeira, S. (2024). Exploring feminisms on Instagram : Reflections on the challenges and possibilities of incorporating digital methods strategies in feminist social media research. *Journal of Digital Social Research*, 6(1), 74-89. <https://doi.org/10.33621/jdsr.v6i1.188>
- Husna, J. (2019). Peran Pustakawan Sebagai Kreator Konten Digital. *Jurnal Anuva*, 3 (2): 173-84. <https://doi.org/10.14710/anuva.3.2.173-184>
- Jantina, N. W., Listiyani, N. M., Purwani, N. K. N., & Carina, T. (2023). Pemanfaatan media sosial YouTube dan Instagram sebagai sarana pelestarian budaya dan lingkungan dalam mewujudkan Indonesia emas. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar*, Volume 3. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/pilar/article/view/6133>
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2020). *Social marketing: Behavior change for social good*. SAGE Publications
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications
- Mulyana, D. (2023). *Ilmu komunikasi suatu pengantar (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya
- Prameswara, A. (2023). Pengemasan pesan lingkungan pada akun Instagram @Pandawaragroup (Analisis isi kualitatif konten bersih-bersih sampah di sungai periode Oktober 2022 – Februari 2023) (Undergraduate thesis). Universitas Pembangunan Jaya. <https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6235>
- Salim, P. O. (2022). Penggambaran humor digital Covid-19 di Instagram selama masa pandemi (Analisis isi kualitatif meme dengan #memecovid19 periode Maret 2020 – Desember 2021) (Undergraduate thesis). Universitas Pembangunan Jaya. <https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2971>
- Trismaya, N. . (2021). Menafsir Ulang Pemakaian Sneakers Berkain-Kebaya. *Jurnal Senirupa Warna*, 8(2), 187-197. <https://doi.org/10.36806/.v8i2.89>
- Venus, A. (2019). *Manajemen Kampanye (Revisi)*. Simbiosis Rekatama Media.