

SKRIPSI

**ANALISIS PERAN *INFLUENCER* KAIN TRADISIONAL MELALUI
#BERKAINBERSAMA DI INSTAGRAM**



Disusun oleh:

ANGELITA RATIDIFANIA PUTRI WITJAKSONO

21.M1.0085

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

SKRIPSI

ANALISIS PERAN *INFLUENCER* KAIN TRADISIONAL MELALUI #BERKAINBERSAMA DI INSTAGRAM

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

ANGELITA RATIDIFANIA PUTRI WITJAKSONO

21.M1.0085

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

ABSTRAK

Media sosial sebagai salah satu bentuk perkembangan komunikasi yang berbentuk wadah, dimanfaatkan oleh beberapa orang yang kini dikenal dengan istilah “*influencer*” untuk mengubah dan mempengaruhi persepsi masyarakat mengenai penggunaan kain tradisional sebagai pakaian sehari-hari. Penelitian ini membahas seorang *influencer* dapat berperan dalam mengkampanyekan penggunaan kain tradisional melalui #BerkainBersama di media sosial *Instagram*. Teori yang digunakan adalah teori ekologi media milik Marshall McLuhan yang memiliki tiga asumsi utama, yaitu media mempengaruhi hampir seluruh aspek dalam tindak tanduk masyarakat, media mempengaruhi persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman-pengalaman kita, dan media menyatukan dunia. Asumsi dalam ekologi media ini menjadi indikator utama untuk menentukan hasil penelitian ini. Teori ekologi media juga menegaskan bahwa pemilihan media tidak kalah penting dari isi pesan yang akan disampaikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap *influencer* memiliki gaya penyampaian masing-masing. Pemahaman mengenai kain tradisional menjadi bekal penting untuk mengedukasi pengikut mereka, dan juga sebagai salah satu bukti kredibilitas mereka dalam mengkampanyekan #BerkainBersama di *Instagram*. Melalui kampanye ini, para *influencer* juga dapat meningkatkan penjualan kain tradisional yang sedikit demi sedikit mulai mengalami kepunahan karena dinilai mahal tanpa mereka tahu pembuatan dibaliknya. Kehadiran *influencer* budaya ini merupakan salah satu cara agar budaya Indonesia tetap bertahan di era modernisasi terutama pelestarian kain tradisional.

Kata kunci: Advokasi Budaya, Ekologi Media, Kampanye Digital, Influencer Budaya, Kain Tradisional

ABSTRACT

Social media, as one form of communication development that serves as a platform, has been utilized by individuals known today as “influencers” to shape and influence public perception regarding the use of traditional fabrics as everyday clothing. This study discusses how an influencer can play a role in promoting the use of traditional fabrics through the #BerkainBersama campaign on Instagram. The theoretical framework used is Marshall McLuhan’s media ecology theory, which has three main assumptions: media influences almost every aspect of human behaviour, media affects our perception and organizes our experiences, and media shapes the world. The assumptions in media ecology serve as the main indicators in determining the findings of this study. The theory also emphasizes that the choice of media is just as important as the content of the message being conveyed. This research employs a descriptive qualitative approach. Data collection methods include interviews, observation, and documentation. The findings show that each influencer has their own unique communication style. Knowledge about traditional fabrics is a key as evidence of their credibility in campaigning for #BerkainBersama on Instagram. Through this campaign influencers can also help increase the sales of traditional fabrics, which are slowly facing extinction due to perceptions of high cost, without people understanding the craftsmanship behind them. The presence of cultural influencers is one of the ways to ensure that Indonesia culture endures in the era of modernization, especially in preserving traditional textiles.

Keywords: Cultural Advocacy, Media Ecology, Digital Campaign, Influencer Culture, Traditional Textiles