

**INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
BUDAYA BERKAIN PADA GENERASI Z
(Analisis Konten Akun @Remajanusantara_)**

**INSTAGRAM AS A PROMOTION MEDIA
THE CULTURE OF CLOTHS TO GEN-Z
(Content Analysis of @Remajanusantara_ Account)**

Karunia Putri

Mahasiswa KPI IAIN Pontianak

karuniaputri0604@gmail.com

Bob Andrian

IAIN Pontianak

bobandriansbs@gmail.com

Abstrak

Budaya berkain merupakan salah satu warisan budaya dan kini kembali menjadi *tren setter* baru dikalangan para generasi z Indonesia. Hal tersebut juga kembali digalakkan oleh salah satu akun instagram bernama @remajanusantara_ yang ingin mengevolusi budaya Indonesia untuk dapat diminati dan diterima oleh anak-anak muda pada zaman sekarang. Demi mewujudkan tujuan tersebut, mereka telah membagikan pesan untuk mengenakan kain sebagai atribut berpakaian pada segala aktivitas mereka. Pesan itu disampaikan melalui sejumlah konten media sosial yang mereka buat, salah satunya pada media sosial Instagram. Berangkat dari latar belakang tersebut penelitian ini membahas bagaimana pemanfaatan media Instagram @remajanusantara_ dalam mempromosikan budaya berkain pada generasi z yakni pengikutnya. Penelitian ini berjenis kualitatif dengan metode deskriptif analisis melalui pengamatan pada akun media instagram @remajanusantara_. Pengamatan ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya akun instagram tersebut pada minat berkain generasi z dan dalam mempromosikan budaya berkain dalam kegiatan apapun pada generasi z. Hasil dari pembahasan tersebut menyimpulkan bahwa akun @remajanusantara_ sudah menjalankan fungsinya sebagai sarana untuk promosi, informasi, dan juga edukasi kepada para pengikutnya yakni yang kebanyakan adalah para generasi z serta juga sudah sesuai dengan teori yang dipakainya yakni *Use And Gratifications Theory*.

Kata Kunci: Instagram, Media Promosi, Budaya Berkain, Gen-Z

Abstrack

Cloth culture is one of the cultural heritages and is now back as a new trend setter among the Indonesian z generation. This is also being promoted by an Instagram account called @remajanusantara_ which wants to evolve Indonesian culture to be attractive and accepted by young people today. In order to realise this goal, they have shared a message to wear cloth as a dressing attribute in all their activities. The message is conveyed through a number of social media content that they create, one of which is on social media Instagram. Departing from this background, this research discusses how the use of Instagram media @remajanusantara_ in promoting the culture of cloth to generation z, namely its followers. This research is a qualitative type with descriptive analysis method through observations on @remajanusantara_ Instagram media account. This observation was carried out with the intention of knowing how influential the Instagram account was on generation z's interest in wearing cloth and in promoting the culture of wearing cloth in any activity in generation z. The results of the discussion concluded that the @remajanusantara_ account has carried out its function as a means of promotion, information, and also education to its followers, most of whom are generation z and also in accordance with the theory used, namely Use And Gratifications Theory.

Key Word: Instagram, Promotion Media, Culture of Clothes, Gen-Z.

A. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki budaya yang sangat bermacam-macam, salah satunya adalah budaya busana adat yang ada di setiap daerah di Indonesia. Dari berbagai baju adat di Indonesia tak sedikit dari atributnya yang menggunakan kain sebagai bagian dari rancangan baju adat tersebut. Berbicara mengenai kain maka tak lepas dari sejarahnya yang diperkirakan sudah dikenakan oleh masyarakat Indonesia sejak abad ke-14. Hal itu ditandai dengan masyarakat Jawa yang lebih sering menggunakan atribut busana kemben, tenun ikat, dan kain panjang (Khalika, 2019). Lalu pada masa penjajahan Belanda di Indonesia, eksistensi penggunaan kain masih dipakai oleh sebagian besar masyarakat Indonesia.

Pakaian dapat menunjukkan identitas nasional dan budaya dari pemiliknya (Barnard, 2009). Saat ini identitas dapat ditunjukkan dari pakaian yang digunakan melalui media sosial Instagram (Dini, 2018). Media sosial instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan juga untuk para penggunanya mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosialnya atau ke pengguna yang lainnya, khususnya untuk para pengikutnya atau followernya dan dapat memberikan reaksi seperti like maupun komen (Fitriani, 2021). Oleh sebab itu, demi mempertahankan warisan Indonesia dengan trend berkain tersebut, maka akun Instagram yang menampilkan kain batik sebagai fashion yang modern adalah @Remajanusantara_. Akun ini berisi kumpulan foto dari remaja dengan

gaya yang keren dan kekinian menggunakan kain batik. Lebih lanjut akun ini juga mempromosikan pentingnya berkain pada generasi z dalam aktifitas apapun, dan sering membuat tutorial cara - cara berkain untuk pengikutnya agar mereka nanti dapat mengikuti hal tersebut. Gen z sendiri merupakan orang yang lahir pada kurun waktu tahun 1995-2010. Mereka juga disebut sebagai penduduk asli digital karena sejak usia dini telah terpapar oleh internet dan telfon genggam (Francis & Hoefel, 2018). Pemanfaatan instagram dalam hal inilah yang diharapkan dapat memberi efek yang berpengaruh mengenai promosi budaya berkain, karena mengikuti perkembangan saat ini, para generasi z sudah melek akan teknologi dan lebih menggunakan atau aktif dalam media sosial instagram, untuk itu instagram disini diharapkan memiliki pengaruh yang sangat penting dalam mempromosikan budaya berkain pada generasi z.

Menurut *BandungBergerak.id*, generasi muda saat ini mulai menunjukkan ketertarikannya terhadap batik karena kain bermotif ini di zaman sekarang telah dikemas secara modern sehingga banyak memikat hati generasi muda. Sedangkan survei yang dilakukan oleh Vincentia Deavy Pamvelia Soeganda dengan judul "*Pengaruh Perkembangan Mode terhadap Penggunaan Batik pada Remaja*" mencatat sebesar 81 persen remaja mulai menaruh perhatiannya pada batik dengan model yang lebih modern. Sebagai bagian dari identitas bangsa Indonesia, batik juga telah dicintai oleh masyarakatnya (Deavy & Soeganda, 2021). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh situs *Wolipop* pun menyatakan sebanyak 64 persen masyarakat Indonesia mengakui bahwa mereka menggunakan batik karena rasa bangga akan hasil budaya sendiri. Berdasarkan survey yang dilakukan, penggunaan kain batik oleh generasi z pada saat ini mulai diperkenalkan kembali adanya dengan tampilan yang lebih modern, dan penggunaan media instagram oleh generasi z yang hampir setiap hari pada saat ini mereka buka dan mereka gunakan inilah yang diharapkan dapat memberi tujuan utama untuk lebih dapat mempromosikannya kepada mereka lagi melalui foto-foto, video, maupun info - info yang terbaru setiap harinya.

Dari survey tersebut menunjukkan bahwa para generasi z itu sangat aktif dalam bermedia sosial, dan minat mereka terhadap budaya berkain mulai timbul kembali dengan adanya modernisasi terhadap budaya berkain tersebut, oleh karena itu diperlukan hal yang lebih lagi mengenai promosi mengenai budaya berkain pada generai z di media sosial instagram agar dapat lebih memberikan dampak maupun pengaruh kepada mereka nantinya, dalam hal ini kami menggunakan akun *@Remajanusantara_* sebagai contohnya.

Melihat fenomena ini peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai pemanfaatan instagram oleh *@Remajanusantara_* dalam

mempromosikan budaya berkain pada generasi z, karena peneliti merasa edukasi mengenai berkain perlu untuk terus ditingkatkan, mengingat menggunakan kain adalah salah satu bentuk pelestarian budaya Indonesia. Dalam upaya untuk mewujudkan tujuan tersebut, salah satu kampanye yang dilakukan untuk melestarikan kebudayaan Indonesia adalah dengan mengajak masyarakat Indonesia untuk mengenakan kain khas Indonesia sebagai atribut busana yang bisa digunakan di berbagai aktifitas. Dalam upayanya untuk meningkatkan minat berkain pada masyarakat Indonesia tersebut, @Remajanusantara_ berusaha untuk membagikan sejumlah konten-konten seputar berkain pada media sosial mereka, yakni adalah Instagram. Dan dengan media tersebut pula akan dikaitkan juga dengan teori komunikasi massa yakni *Use And Gratifications Theory*, untuk melihat sejauh mana penggunaan media tersebut berpengaruh terhadap penggunanya dan sejauh apa pengguna dapat memilih media sesuai kebutuhan dan tujuan pribadi mereka nantinya.

Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami apakah instagram itu dapat memberikan manfaat pada generasi z untuk mempromosikan budaya berkain seperti yang dilakukan oleh akun @Remajanusantara_ , dan apakah akun tersebut memiliki pengaruh yang besar untuk mempromosikan budaya berkain dan dapat membuat pengikutnya yakni para generasi z tertarik untuk mengikutinya terlebih dizaman sekarang kain sudah hampir jarang untuk ditemui pengguna yang melestarikan. Demikian, penelitian ini dilakukan dengan harapan agar para generasi z dapat lebih tertarik dan lebih mengetahui lagi tentang budaya berkain melalui melalui akun @remajanusantara_ yang mempromosikannya.

B. KAJIAN TEORITIS

Berdasarkan hasil penelusuran di berbagai sumber, sejauh ini peneliti tidak ada menemukan penelitian yang sama melainkan ada menemukan beberapa penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian yang dilakukan diantaranya:

Pertama, Faizal Khosi Abdullah, Dewi Sri Andika Rusmana, Teguh Priyo Sadono, 2023. Pengaruh Konten Akun Instagram @swaragembira Terhadap Minat Berkain Followers. Swara Gembira hadir dengan tujuan untuk mengevolusi dan merevolusi kesenian budaya Indonesia sehingga dapat diminati oleh anak-anak muda. Dalam upaya untuk mewujudkan tujuan tersebut, salah satu kampanye yang mereka sampaikan untuk melestarikan kebudayaan Indonesia adalah dengan mengajak masyarakat Indonesia untuk mengenakan kain khas Indonesia sebagai atribut busana yang bisa digunakan

di berbagai aktifitas. Dalam upayanya untuk meningkatkan minat berkain pada masyarakat Indonesia, Swara Gembira telah membagikan sejumlah konten-konten seputar berkain pada media sosial mereka, yang salah satunya adalah Instagram (Abdullah et al., 1945).

Kedua, Tania Faradiba Indrayana, Mohammad Insan Romadhan, Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, 2023. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Eksistensi Organisasi Pemuda Berkain Surabaya. Salah satu organisasi yang memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi orang lain adalah Organisasi Pemuda Berkain Surabaya. Berawal dari media sosial Instagram inilah akun @pemudaberkain.sub memposting berbagai kegiatannya dan konten-konten yang dianggap sebagai edukasi tentang berkain yang memberi wadah bagi remaja-remaja untuk mendapatkan berbagai informasi tentang berkain mulai dari sejarah, inspirasi, tren, dan lain-lain. Selain karena banyaknya pengguna Instagram di seluruh dunia, yang akan memperluas potensi untuk meningkatkan eksistensi dari Pemuda Berkain Surabaya, Instagram juga dipilih karena fitur-fiturnya yang lengkap dan sangat mendukung (Indrayana et al., 1945).

Ketiga, Putu Cemerlang Santiyuda, Ni Luh Ramaswati Purnawan, Ni Made Ras Amanda Gengel, 2023. Kampanye #Berkaingembira Dalam Membangun Kesadaran Generasi Z Akan Budaya Berkain. Swara Gembira adalah paguyuban pemuda dan pemudi yang aktif berkarya di bidang seni budaya Indonesia. Swara Gembira berpusat di Jakarta dan berdisi sejak 25 Maret 2017. Kampanye #BerkainGembira ini merupakan sebuah gerakan dalam memperkenalkan sekaligus mengajak generasi muda untuk mengenakan kain tradisional. Swara Gembira melaksanakan kampanye #BerkainGembira dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram (@swaragembira dan @remajanusantara_), TikTok (@swaragembira), dan YouTube (SwaraGembira) (Santiyuda et al., 2023).

Keempat, Nur Fadhilah Rachmawati, Gilang Gusti Aji, 2023. Strategi Komunikasi Persuasif Oleh Komunitas Pemuda Berkain Surabaya Dalam Melestarikan Kain Tradisional. Walaupun kain tradisional telah dianggap sebagai warisan budaya Indonesia, tidak dapat dipungkiri bahwa pengetahuan mengenai kain tradisional lainnya minim di masyarakat. Selain karena minimnya pengetahuan mengenai kain tradisional di masyarakat ketidakminatan para generasi masa kini terhadap kain tradisional juga menjadi salah satu pengaruh mengapa kain ini tidak banyak dikenal, baik dalam daerahnya sendiri maupun daerah lain di Indonesia. Mengenai pelestarian budaya, minimnya pengetahuan mengenai kain tradisional di Indonesia

74 Instagram Sebagai Media Promosi Budaya Berkain pada Generasi Z (Analisis Konten Akun @ Remajanusantara_

berdampak pada menurunnya minat serta permintaan produksi kain tradisional (Nur Fadhillah Rachmawati, 2023).

Kelima, Muhammad Rizki Alif Adani, 2022. Penerimaan Kain Batik Sebagai Fashion Pada Akun Instagram @remajanusantara_ Di Kalangan Mahasiswa. Seseorang akan mengikuti gaya atau tren yang sedang hangat pada masanya. Model dan kain tertentu juga dapat menjadi ketertarikan seseorang. Biasanya tren akan digantikan dengan tren yang baru. Pakain ikut berperan dalam melestarikan budaya, hal ini karena pakaian memiliki hubungan dengan budaya. akun @remajanusantara_ dibuat untuk memberikan wadah bagi pengguna Instagram untuk berekspresi dengan pakaian yang dihiasi dengan kain batik yang menjadi fashion. Akun ini diharapkan bisa menyatukan pelaku fashion yang tersebar di berbagai platform dan daerah di Indonesia mempunyai tempat berkumpul. Bentuk dari unggahan dari Akun @remajanusantara_ berupa foto dan video. Fenomena yang terjadi saat ini, pengguna Instagram mengikuti tren fashion dengan menggunakan kain batik (Remajanusantara & Kalangan, 2022).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif analisis melalui pengamatan pada akun media Instagram @remajanusantara_ (Prihatiningsih, 2017). Pengamatan ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya akun Instagram tersebut pada minat berkain generasi Z dan dalam mempromosikan budaya berkain dalam kegiatan apapun pada generasi Z. Data dalam penelitian ini sendiri akan didapat melalui pengamatan serta survei langsung dengan para generasi Z, selain itu penelitian ini juga akan menyertakan berbagai sumber sebagai data pendukungnya.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data lapangan yang didapatkan, dilakukan melalui tahap pengamatan pada akun @remajanusantara_ dan wawancara yang melibatkan para generasi Z untuk mengetahui apakah akun media tersebut sudah menjalankan fungsinya dalam mempromosikan budaya berkain pada generasi Z.

Penggunaan pakaian sebagai gaya hidup juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial masyarakat. Seperti penerimaan informan terhadap gaya berpakaian yang ditampilkan oleh akun @remajanusantara_. @remajanusantara_ adalah akun yang memproduksi pesan yang berkaitan dengan gaya berpakaian menggunakan kain batik yang di modernisasi. Sebagai

akun yang memproduksi pesan maka akun @remajanusantara_ menjadi acuan fashion kain batik pada penelitian ini.

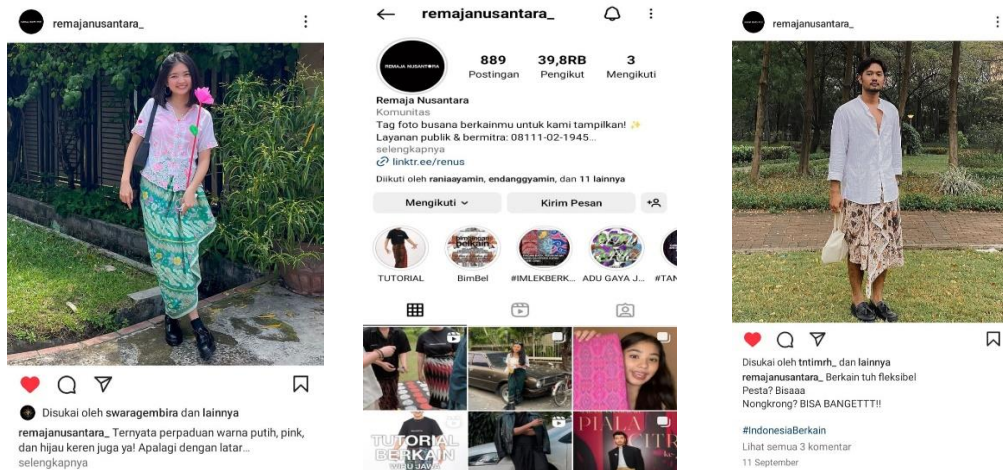
Budaya berkain akhir - akhir ini kembali digalakkan lagi, mencoba mengangkat dan memperkenalkan kembali kebudayaan yang ada dan sebagai ajang promosi ke mancanegara. Budaya berkain, khususnya penggunaan kain batik, tetap menjadi bagian penting dalam warisan budaya Indonesia. Di era sekarang, banyak yang mulai mengapresiasi keindahan dan makna budaya yang terkandung dalam kain batik, sehingga menjadikannya relevan dan terus berkembang seiring perkembangan zaman. Hal ini pula sejalan dengan data dari beberapa informan yang didapatkan, mereka mengatakan bahwa budaya berkain di era sekarang merupakan hal yang keren dan menarik bagi mereka, selain itu mereka juga menyampaikan bahwa ini merupakan sesuatu hal yang dapat menjadi tren setter baru dikalangan para generasi z untuk dapat mengenalkan kembali budaya kita.

Namun, sangatlah disayangkan bahwa kenyataannya penggunaan kain batik di era sekarang hanya digunakan oleh generasi z pada acara - acara yang formal dan penting saja. Bagi mereka penggunaan kain batik pada sehari - hari tidak cukup sesuai dengan kondisinya diantara yang lain mereka masih malu untuk menjadi bahan perhatian banyak orang. Tetapi dari sebagian lainnya mereka sangat ingin sekali menggunakannya dalam kegiatan sehari - hari mereka, karena bagi mereka hal tersebut juga dapat menggalakkan batik kembali dan memperkenalkannya lagi kepada orang - orang mancanegara.

Hal ini sesuai dengan pendapat beberapa informan yang juga berbeda pendapat akan hal ini, menurut informan A penggunaan batik tidak hanya untuk acara formal saja, namun juga bisa untuk dipergunakan sehari - hari, sedangkan menurut informan B penggunaan kain batik tentu untuk acara formal seperti undangan ataupun kuliah, karena menurutnya penggunaan kain batik itu cukup penting adanya, diantara informan yang lain mereka setuju penggunaan kain batik untuk sehari - hari karena bagi mereka itu merupakan tren baru, bahkan mereka juga mengatakan penggunaan kain untuk acara santai sekalipun itu tetap keren adanya, tapi banyak beberapa informan yang kurang setuju akan hal itu, bagi mereka penggunaan kain batik pada sehari - hari tidak dapat digunakan untuk nongkrong ataupun sekedar santai - santai saja, mereka berpendapat hal itu harus sesuai dengan kondisinya, situasi dan tergantung modelnya bagaimana dulu.

Dari pernyataan - pernyataan informan diatas tersebut dapatlah diketahui bahwa, bagi mereka budaya berkain di era sekarang itu sangatlah

keren dan menarik, namun sayangnya penggunaan kain batik belumlah dapat untuk mereka aplikasikan sepenuhnya dalam kehidupan mereka dengan berbagai alasan yang menyertainya, namun diantara yang lainnya para generasi z di era sekarang juga sudah memulai kembali menggalakkan budaya berkain pada kehidupan sehari – hari mereka. Hal ini merupakan sebuah kabar gembira untuk kembali bisa memperkenalkannya lagi pada generasi z nantinya.



Hal ini jugalah yang kembali dilakukan oleh @remajanusantara_ yang merupakan akun dengan memiliki pengikut yang cukup banyak, akun ini sendiri berfokus pada pengunggahan budaya berkain yang dilakukan oleh generasi z dan video tentang cara – cara menggunakan kainnya itu sendiri. @remajanusantara_ merupakan sebuah organisasi yang didirikan oleh Oi di tahun 2017 bersama dengan rekannya Rifan Rahman yang merasa resah akan budaya Indonesia yang semakin lama kian tergerus dengan budaya populer mancanegara. @remajanusantara_ hadir dengan tujuan untuk mengevolusi dan merevolusi kesenian budaya Indonesia sehingga dapat diminati oleh anak-anak muda (Putra, 2021). Dalam upaya untuk mewujudkan tujuan tersebut, salah satu kampanye yang mereka sampaikan untuk melestarikan kebudayaan Indonesia adalah dengan mengajak para generasi z Indonesia untuk mengenakan kain khas Indonesia sebagai atribut busana yang bisa digunakan di berbagai aktifitas. Dalam upayanya untuk meningkatkan minat berkain pada generasi z tersebut, @remajanusantara_ telah membagikan sejumlah konten-konten seputar berkain pada media sosial mereka, yang salah satunya adalah Instagram.

Media instagram oleh @remajanusantara_ disini digunakan untuk mempromosikan budaya berkain pada generasi z, dengan cara mengunggah foto – foto berkain yang diposting dengan mentag akun @remajanusantara_ itu

sendiri, selain itu akun ini juga sering memposting ulang foto – foto berkain para publik figur tanah air, membuat video tutorial cara – cara menggunakan kain, tips berkain, dan membuat bimbingan belkain yang dapat dihadiri oleh pengikutnya dengan cara mendaftarkan diri, serta akun tersebut juga sering mengajukan tanya jawab pada pengikutnya, hal inilah yang digunakan akun media @remajanusantara_ ini untuk mempromosikannya kepada para generasi z dengan harapan juga dapat membuat mereka merasa tertarik dengan postingan – postingan tersebut. Pemanfaatan lain yang dilakukan oleh akun media @remajanusantara_ ini adalah juga sebagai media informasi mengenai hal – hal berkain dan edukasi tentang berkain dalam kegiatan apapun untuk kembali mengangkat warisan budaya Indonesia kepada pengikutnya.

Dari hasil tersebut dapatlah untuk dibuktikan pula bahwa media sebenarnya memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap penggunanya. Sesuai dengan asumsi Elihu Katz, salah satu ahli yang mengemukakan *Use And Gratifications Theory*. Dalam teori ini para ahli mengemukakan bahwa, orang tidak hanya menerima pesan, tetapi mereka juga aktif dalam memilih media berdasarkan tujuan pribadi mereka (Musfialdy & Anggraini, 2020). Dengan menggunakan teori ini, kita juga lebih bisa memahami bahwa setiap orang memiliki kontrol atas pengalaman media mereka. Teori ini menunjukkan bahwa kita sebagai konsumen media sadar dan aktif dalam memilih media untuk mencapai tujuan atau kepuasan tertentu. Dengan kata lain, *Use and gratifications theory* membawa kita ke dalam dunia di mana kita bukan hanya penerima pasif dari pesan media, tetapi kita adalah pemilih yang aktif yang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan dari interaksi kita dengan media, berupa apa pun yang dapat digunakan orang untuk mendapatkan baik informasi, hiburan, atau interaksi sosial. Dalam hal ini akun @remajanusantara_ melakukannya dengan membagikan informasi kepada khalayak ramai dan mereka nantilah yang akan menyaringnya sendiri seberapa butuh mereka terhadap akun ini untuk budaya berkain mereka yakni para generasi z.

Dimana hal ini juga sejalan dengan pendapat dari para informan mengenai akun @remajanusantara_, mereka mengatakan bahwa akun ini sangatlah bermanfaat dalam mempromosikan budaya berkain pada generasi z dan dapat berpengaruh untuk meningkatkan minat para generasi z terhadap penggunaan kain batik dalam aktivitas kehidupan mereka sehari – harinya. Oleh sebab itu, akun @remajanusantara_ ini dianggap sudah menjalankan fungsinya sebagai sarana untuk promosi, informasi, dan juga edukasi kepada para pengikutnya yang kebanyakan adalah para generasi z.

E. KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapatlah ditarik sebuah kesimpulan bahwa pemanfaatan media instagram yang dilakukan oleh akun @remajanusantara_ sudah menjalankan fungsinya sebagai sarana untuk promosi, informasi, dan juga edukasi kepada para pengikutnya yakni yang kebanyakan adalah para generasi z, dengan cara membagikan konten seputar berkain, membuat tutorial berkain, mengunggah foto - foto berkain para generasi z dan artis tanah air, serta lain sebagainya. Hal itu tak lain tak bukan juga untuk kembali memperkenalkan budaya berkain pada generasi z dan juga sebagai ajang mempromosikannya ke manca negara.

Dikarenakan media sosial instagram ini oleh akun @remajanusantara_ sudah efektif dalam menjalankan promosi budaya berkain pada generasi z pada saat ini, maka saran saya kepada akun @remajanusantara_ adalah, untuk kembali mencoba meningkatkan lagi promosinya dengan menggunakan media sosial lainnya seperti tiktok ataupun youtube agar kembali dapat membuka peluang bagi para generasi z lainnya untuk dapat melihat dan memperkenalkannya lagi pada keseharian mereka, serta juga dapat sebagai ajang untuk promosi kepada turis - turis mancanegara lainnya, selain itu diharapkan kepada akun media sosial ini untuk juga lebih sering lagi mengadakan bimbingan - bimbingan belkain agar para generasi z lebih tertarik dan semangat lagi untuk belajar cara berkainnya. Setelah itu cobalah untuk mengaplikasikan kain batik yang telah kalian pelajari nantinya dalam keseharian kalian dan pergunakanlah media sosial instagram kalian untuk menjadi bagian dalam mempromosikan kain batik tersebut dan tak lupa untuk mentag akun @remajanusantara_ agar foto kalian dapat menginspirasi bagi yang lainnya, serta agar lebih banyak lagi para generasi z yang tertarik untuk menggalakkan budaya berkain dan ikut melestarikan budaya Indonesia. Tetap jadikan ini sebagai warisan sampai akhir hayat, kenakan terus kemanapun perginya, jangan sampai menghilang dan tak pernah lagi yang melihatnya. Karena kain batik keindahannya tak pernah lekang oleh waktu, bukan hanya sebuah karya seni namun sebuah cerminan keelokan tradisi.

F. REFERENSI

- Abdullah, F. K., Sri, D., Rusmana, A., Sadono, T. P., & Komunikasi, I. (1945). *Pengaruh Konten Akun Instagram @swaragembira Terhadap Minat Berkain Followers*.
- Barnard, M. (2009). *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Dini, M. A. (2018). *Pemaknaan Fashion Hijab di Sosial Media Instagram Studi Resepsi Selebgram Hijabers pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Putra Putri Kampus Universitas Muhammadiyah Malang*. Universitas Muhammadiyah Malang
- Deavy, V., & Soeganda, P. (2021). Pengaruh Perkembangan Mode Terhadap Penggunaan Batik pada Remaja. *Folio*, 2(1), 33–38.
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). "True Gen": Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 10.
- Indrayana, T. F., Romadhan, M. I., Cahyo, B., & Adhi, S. (1945). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Eksistensi Organisasi Pemuda Berkain Surabaya*.
- Khalika, N. (2019, September 4). *Sejarah Kebaya, Pakaian Perempuan Sejak Abad ke-16*. Idntimes.Com.
- Musfialdy, & Anggraini, I. (2020). Kajian Sejarah Dan Perkembangan Teori Efek Media. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 8(1), 30–42.
- Nur Fadhilah Rachmawati, G. G. A. (2023). *Surabaya Dalam Melestarikan Kain Tradisional*. 7, 179–189.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51.
- Remajanusantara, I., & Kalangan, D. I. (2022). *Penerimaan Kain Batik Sebagai Fashion Pada Akun*.
- Santiyuda, P. C., Luh, N., Purnawan, R., Made, N., Amanda, R., & Burnett, M. D. (2023). *Kampanye # Berkaingembira Dalam Membangun Kesadaran Generasi Z Akan Budaya Berkain The # Berkaingembira Campaign in Building Generation Z Awareness of Cloth Culture Kampanye secara digital menjadi salah satu tren baru yang digunakan oleh berbagai pihak*. 12(1).

Putra, D. (2021). *Melihat Seni Budaya dari Kaca Mata Pemuda*. Media KeKemenkeu.
