

Pengaruh Kampanye di Instagram dengan Penggunaan Kain Tradisional pada Gen Z

Bagus Kurnia Sandy M¹, Dyva Claretta²

^{1,2} Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

18043010031@student.upnjatim.ac.id, claretta.dici@gmail.com

ABSTRACT.

This study aims to find out whether the #BerkainituKeren campaign carried out by the Pemuda Berkain Surabaya has a significant influence on the use of traditional fabrics in generation z followers of the Instagram account @pemudaberkain.sub. This study uses quantitative methods to determine causal relationships or is called association-correlation type research. The sampling technique uses simple random sampling using Google Forms in the data collection process. Data processing is done with the help of SPSS and Microsoft Excel. Based on the results of the study concluded that the #BerkainituKeren campaign had a significant influence on the use of traditional cloth in generation z on Instagram @pemudaberkain.sub.

Keywords: *campaign; use of tradisional fabrics; Pemuda Berkain Surabaya; generation z*

ABSTRAK.

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui apakah kampanye #BerkainItuKeren yang dilakukan komunitas Pemuda Berkain Surabaya memberikan pengaruh signifikan terhadap penggunaan kain tradisional pada generasi z pengikut akun Instagram @pemudaberkain.sub. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif guna mengetahui hubungan sebab – akibat atau disebut penelitian jenis asosiasi – kolerasi. Teknik penarikan sampel menggunakan simple random sampling dengan menggunakan Google Formulir dalam proses pengumpulan data. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan SPSS dan Microsoft Excel. Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa kampanye #BerkainItuKeren mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan kain tradisional pada generasi z di Instagram @pemudaberkain.sub.

Kata kunci: *kampanye; penggunaan kain tradisional; Pemuda Berkain Surabaya; generasi z*

PENDAHULUAN

Eksistensi kain tradisional saat ini dirasa kurang diminati dan di kenali oleh generasi muda. Hal ini disampaikan Monique Hardjoko yang merupakan pegiat wastra nusantara melalui Liputan6.com bahwa masih terdapat jarak antara wastra nusantara dan generasi muda. "Ini terjadi dikarenakan generasi muda masih minim wawasan dan inspirasi, sehingga kain tradisional terkesan tua, pakem, dan sacral."

Maka dari itu terdapat urgensi dalam mengenalkan kain tradisional kepada generasi muda guna melestarikan budaya nusantara ini. Oleh karenanya, diperlukan sebuah Gerakan kampanye sebagai ajakan untuk pemuda – pemudi melestarikan kain tradisonal.

Kampanye adalah salah satu dari banyaknya bentuk komunikasi yang dapat dimanfaatkan guna mencapai tujuan, juga membangkitkan kesadaran dan pendapat khalayak akan isu – isu besar yang sedang diperjuangkan. Venus dalam bukunya Manajemen Kampanye menyatakan bahwa kampanye komunikasi menjadi suatu hal yang penting bagi organisasi atau perusahaan guna memperoleh dukungan dan kepercayaan masyarakat (Venus, 2019). Dampak positif yang diberikan khalayak juga akan memberikan dampak positif kepada organisasi atau perusahaan.

Media social sebagai salah satu medium kampanye yang dapat menjadi pengaruh besar terhadap pesan kampanye menjadi begitu cepat populer. Hal tersebut dikarenakan karakteristik media social yang bersifat interaktif, mudah diakses, mampu memasuki ranah individu, personal, dan mampu mendorong demokrasi yang partisipatif (Venus, 2019).

APAC Paul yang merupakan Brand Development Lead Instagram menyatakan, keterkaitan komunitas dengan salah satu media social yaitu Instagram telah mengalami pertumbuhan yang pesat. Indonesia sendiri menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna terbanyak dengan 67,3% penggunanya berusia 18-34 tahun (Nurhayati, 2022)

Salah satu komunitas yang mengampanyekan normalisasi penggunaan kain tradisional dalam kehidupan sehari – hari yaitu Pemuda Berkain Surabaya. Pemuda Berkain Surabaya didirikan sejak ini mengajak pemuda untuk menormalisasikan penggunaan kain tradisional dalam kehidupan sehari – hari. Pemuda Berkain Surabaya berupaya untuk mempopulerkan Kembali kain tradisional Indonesia melalui kampanye “Berkain Itu Keren” yang disebarluaskan dengan menggunakan hastag #BerkainItuKeren di Instagram official mereka di @pemudaberkain.sub. Hingga saat ini, postingan dengan hastag #BerkainItuKeren terdapat 500+ postingan di Instagram.

Pemuda Berkain Surabaya memilih Instagram sebagai media utama dalam menyampaikan pesan kampanye #BerkainItuKeren terlihat dari seluruh konten yang diunggah melalui akun Instagram resmi milik Pemuda Berkain Surabaya mencapai 2.467 Followers.

Adapun tujuan dari kampanye ini, yaitu mengajak generasi muda menormalisasikan penggunaan kain tradisional dalam kehidupan sehari – hari dan menstop stigma kain tradisional hanya bisa digunakan untuk kebutuhan formal saja. Akan tetapi, tujuan tersebut bisa tercapai jika sasaran kampanye #BerkainItuKeren dapat memahami pesan yang disampaikan sehingga, pesan menjadi hal terpenting dalam pelaksanaan kampanye ini. Maka dari itu, aspek utama dalam kampanye ini harus dirancang sedemikian rupa agar menghasilkan pesan yang berkualitas sehingga khalayak sasaran dapat memahami makna yang tersirat dalam kampanye tersebut.

Ostergaard dalam (Venus, 2019) menyatakan salah satu aspek yang menjadi sasaran pengaruh dari kampanye ialah sikap, sehingga seharusnya kampanye #BerkainItuKeren dapat menghasilkan sebuah pemahaman dan bisa memengaruhi sikap khalayak sasaran yang sesuai dengan tujuan. Namun, kembali lagi ke sikap

khalayak sasaran dari Pemuda Berkain Surabaya. Demikian penting untuk mengetahui bagaimana sikap menggunakan kain tradisional dari para pengikut akun Instagram @pemudaberkain.sub.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dengan dasar paradigma positivism. Penelitian ini guna mengetahui hubungan sebab – akibat diantara variabel bebas dan terikat atau disebut penelitian jenis asosiasi – kolerasi (Sugiyono, 2019). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei menggunakan kuesioner dari Google Form dan menggunakan skala likert dalam pengukurannya. Sampel diambil dengan menggunakan Teknik simple random sampling dengan target populasi pengikut akun Instagram @pemudaberkain.sub. Sebelum melakukan penelitian dilakukan uji validitas dan reliabilitas guna memastikan instrument yang digunakan valid dan reliabel. Menganalisis data dengan perhitungan angka menggunakan Teknik analisis data a) Uji Validitas dan Uji Reabilitas. b) Uji Normalitas dan Linearitas Data. c) Uji Koefisien Korelasi. d) Uji Koefisien Determinasi. e) Uji Regresi Linier Sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji keabsahan alat ukur penelitian, seperti kuesioner, dan memastikan bahwa alat ukur tersebut memang dapat mengukur konstruk yang diinginkan. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan uji Korelasi Pearson Product Moment melalui perangkat lunak SPSS versi 26. Apabila nilai korelasi yang dihitung (r_{hitung}) lebih besar daripada nilai korelasi yang tertera dalam tabel distribusi (r_{tabel}), maka instrumen penelitian dianggap valid. Dalam penelitian ini, dengan ukuran sampel (N) sebanyak 100 dan tingkat signifikansi sebesar 0,05%, nilai r tabel yang digunakan adalah 0,195. Semua pernyataan dalam penelitian ini menghasilkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang berarti setiap item dinyatakan valid

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan apakah alat pengukur dapat secara konsisten mengukur gejala yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan mengamati nilai alpha Cronbach's, yang dikenal sebagai r hasil. Jika nilai alpha (α) lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat pengukur tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi.

Tabel 1 Uji Reabilitas

Variabel	Hasil Alpha Cronchbach	Keterangan
Kampanye #BerkainItuKeren(X)	0,725	Reabilitas Tinggi
Sikap Menggunakan Kain Tradisional (Y)	0,901	Reabilitas Tinggi

Sumber: Lampiran Tabulasi Data

Bisa diperhatikan dalam setiap tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai alpha yang didapatkan lebih besar dari 0,60 sehingga semua variabel di atas bisa dibidang reliabel dan kesimpulan yang bisa diambil adalah alat ukur yang digunakan peneliti yaitu kuesioner sudah terbukti reliabelitas tinggi.

Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan uji hipotesis berupa uji korelasi Pearson dan uji Regresi Linear Sederhana, yang sebelumnya akan dilakukan uji asumsi data dengan melukukan uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah data dari setiap variabel berdistribusi normal atau tidak, data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikan atau nilai probabilitasnya lebih dari 0.05 ($p > 0.05$) (Sugiyono, 2019). Berdasarkan kategori diatas, hasil dari uji normalitas dengan uji Kolmogrov-Smirnov terhadap variabel Kampanye #BerkainItuKeren dan Sikap Menggunakan Kain Tradisional adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

Variabel	Sig	Keterangan
Kampanye #BerkainItuKeren	0.300	Distribusi Data Normal
Sikap Menggunakan Kain Tradisional	0.300	Distribusi Data Normal

Sumber: Hasil Olah data penelitian SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel Kampanye #BerkainItuKeren dan Sikap Menggunakan Kain Tradisional adalah sebesar 0.300 dimana kedua variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi yang lebih dari 0.05 artinya kedua variabel pada penelitian ini memiliki data yang berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas berfungsi untuk mengetahui apakah hasil penelitian variabel Kampanye #BerkainItuKeren dan Sikap Menggunakan Kain Tradisional memiliki hubungan yang linear atau tidak linear. Data dapat dikatakan linear apabila nilai signifikasinya kurang dari 0.05 ($p < 0.05$) (Sugiyono, 2019). Berikut ini hasil dari uji linearitas dengan menggunakan test for linearity pada SPSS 26 for Windows pada variabel Kampanye #BerkainItuKeren dan variabel Sikap Menggunakan Kain Tradisional.

Tabel 3 Hasil Uji Linearitas

			Sig (p)	Keterangan
Kampanye#BerkainItuKeren* Sikap Menggunakan Kain Tradisional	Between Groups	Deviation from Linearity	0.004	Linear

Sumber: Hasil Olah data penelitian SPSS 26, 2023

Berdasarkan hasil uji linearitas tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi hasil penelitian pada variabel Kampanye #BerkainItuKeren dan Sikap Menggunakan Kain Tradisional adalah sebesar 0.004. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0.05. Berdasarkan tabel kategorisasi, maka hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kampanye #BerkainItuKeren dan Sikap Menggunakan Kain Tradisional adalah linear.

Uji Koefisien Korelasi

Analisis korelasi dilakukan untuk menentukan adanya hubungan antara variabel independen, yaitu Kampanye #BerkainItuKeren (X) dengan variabel dependen, yaitu Sikap Menggunakan Kain Tradisional (Y). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara kedua variabel tersebut dan apakah hubungan tersebut signifikan atau tidak.

Tabel 4 Hasil Uji Korelasi Pearson

Correlations			
		Kampanye #BerkainItuKeren	Sikap Menggunakan Kain Tradisional
Kampanye #BerkainItuKeren	Pearson Correlation	1	.792**
	Sig. (2-tailed)		.003
	N	100	100
Sikap Menggunakan Kain Tradisional	Pearson Correlation	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Olah data penelitian SPSS 26, 2023

Berdasarkan hasil analisis korelasi Pearson, ditemukan bahwa nilai sig. (2-tailed) adalah 0.003 yang berarti nilainya lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan dan keterkaitan yang signifikan antara variabel Kampanye #BerkainItuKeren dan variabel Sikap Menggunakan Kain Tradisional yang dilakukan oleh Gen Z pada follower akun @pemudaberkain.sub. Selanjutnya, ditemukan koefisien korelasi sebesar 0.792 yang berada dalam rentang 0,60 - 0,799. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kedua variabel tersebut. Selain itu, angka positif pada koefisien korelasi mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel Kampanye #BerkainItuKeren dan Sikap Menggunakan Kain yang dilakukan oleh Gen Z pada follower akun @pemudaberkain.sub adalah hubungan yang searah.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk menentukan sejauh mana variabel X (Kampanye #BerkainItuKeren) mempengaruhi variabel Y (Sikap Menggunakan Kain Tradisional). Untuk mempermudah perhitungan koefisien

determinasi ini, peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS 26. Hasil akhirnya dapat ditemukan dalam tabel model summary, yang mencakup nilai R-Square. Berikut ini adalah hasil perhitungan koefisien determinasi:

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	.785	.476	6.442

a. Predictors: (Constant), Kampanye #BerkainItuKeren

b. Dependent Variable, Sikap Menggunakan Kain Tradisional

Sumber: Hasil Olah data penelitian SPSS 26, 2023

Bisa dilihat pada tabel diatas telah didapatkan **r** untuk koefisien korelasi adalah 0,692. Jika dimasukkan ke dalam perhitungan koefisien determinasi, maka hasil yang diperoleh adalah:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = (0,692)^2 \times 100\%$$

$$Kd = 47,8\%$$

Hasil dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa sebesar 47,8% Sikap Menggunakan Kain Tradisional pada follower instagram @pemudaberkain.sub dipengaruhi oleh variabel Kampanye #BerkainItuKeren. R square yang merupakan angka korelasi yang ditafsirkan, berkisar di angka 0 hingga 1. Dengan catatan semakin kecil nilai R square) R² yang dihasilkan, maka akan semakin lemah juga hubungan antar kedua variabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel Kampanye #BerkainItuKeren dengan Sikap Menggunakan Kain Tradisional saling berpengaruh.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.418	6.892		5.429	.000
Kampanye #BerkainItu Keren	2.573	.190	.292	3.021	.003

Sumber: Hasil Olah data penelitian SPSS 26, 2023

Berdasarkan hasil uji regresi sederhana pada Model Coefficients yang tertera pada tabel diatas, nilai konstan (a) sebesar 7.418. Lalu nilai koefisien regresi (b) yaitu sebesar 2.573. Maka persamaan regresi linear sederhananya yaitu $Y = 7.418 +$

2.573X maka dapat diinterpretasikan bahwa konstanta sebesar 7.418 dapat diartikan bahwa jika variabel independen yaitu Kampanye #BerkainItuKeren tidak ada, maka nilai konsisten Sikap Menggunakan Kain Tradisional yaitu sebesar 7.418. Nilai koefisien regresi sebesar 2.573 diartikan setiap penambahan 1% nilai Kampanye #BerkainItuKeren (Variabel X), maka nilai Sikap Menggunakan Kain Tradisional (Variabel Y) pada penggunaan kain tradisional akan bertambah sebesar 2.573. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, maka dapat diartikan bahwa Kampanye #BerkainItuKeren memiliki pengaruh positif terhadap Sikap Menggunakan Kain Tradisional yang dilakukan oleh Gen Z pada follower akun @pemudaberkain.sub.

Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Kampanye #BerkainItuKeren dengan Sikap Menggunakan Kain Tradisional. Koefisien korelasi antara variabel Kampanye #BerkainItuKeren dan Sikap Menggunakan Kain Tradisional adalah sebesar 0,692, yang termasuk dalam kategori kuat. Ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan dan memiliki arah yang positif. Selanjutnya, hasil koefisien determinasi adalah sebesar 0,478 atau 47,8%. Hal ini berarti 47,8% dari variasi dalam Sikap Menggunakan Kain Tradisional dapat dijelaskan oleh variabel Kampanye #BerkainItuKeren. Jika terdapat peningkatan dalam indikator Kampanye #BerkainItuKeren, pengaruh tersebut dapat ditingkatkan.

Dalam analisis regresi linier sederhana, terdapat persamaan $Y = 7.418 + 2.573X$. Ini mengindikasikan bahwa jika tidak ada perubahan dalam Kampanye #BerkainItuKeren (X) yang merupakan variabel bebas, nilai Sikap Menggunakan Kain Tradisional (Y) akan tetap konstan pada 7.418. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pesan Kampanye #BerkainItuKeren memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap Gen Z Followers Instagram @pemudaberkain.sub. Hal ini juga konsisten dengan teori dari (Rogers & Storey, 1987) yang menyatakan bahwa kampanye adalah serangkaian kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk memberikan dampak kepada khalayak.

Dengan adanya pengaruh terhadap sikap Generasi Z, menunjukkan bahwa Gen Z sebagai target kampanye cenderung mengambil tindakan dan mempersepsikan pesan yang disampaikan oleh Swara Gembira sesuai harapan komunikator. Penelitian ini juga mengungkapkan hubungan yang signifikan antara aspek-aspek perancangan pesan kampanye dalam hal pesan dan struktur pesan dengan komponen sikap, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Pada penelitian ini, pendekatan stimulus menjadi bagian penting dari isi pesan yang terlihat dalam Kampanye #BerkainItuKeren.

Berdasarkan hasil penemuan dan analisis yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa kampanye #BerkainItuKeren efektif dalam membangun kesadaran gen Z terhadap budaya berkain. Hal ini terlihat dari pelaksanaan kampanye #BerkainItuKeren melalui media sosial Instagram, di mana konten kreatif

dari berbagai rubrik dan penggunaan hashtag atau tagar berhasil menjadi tren di kalangan gen Z serta membentuk jaringan komunitas. Keterlibatan tokoh masyarakat dan influencer dalam kampanye #BerkainItuKeren juga berhasil menarik perhatian khususnya gen Z terhadap kampanye ini. Dukungan kegiatan kampanye secara offline, seperti kunjungan ke berbagai kota di Indonesia, kelas membuat, pasar wastra, dan acara musik seperti Pesta Remaja, juga berperan penting dalam meningkatkan partisipasi dalam kampanye ini. Seluruh rangkaian aktivitas kampanye #BerkainItuKeren memberikan dampak positif pada generasi Z, terutama dalam membangun kesadaran akan budaya berkain. Gen Z menjadi lebih sadar dan mengenal budaya berkain serta tertarik untuk mencoba menggunakan kain tradisional nusantara (wastra) dengan kreativitas mereka sendiri sebagai busana sehari-hari.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan penyajian pada penelitian yang telah dilaksanakan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan, yaitu:

1. Hasil analisis yang ada pada variabel X (Kampanye #BerkainItuKeren) dan variabel Y (Sikap Menggunakan Kain Tradisional) dapat diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh Kampanye #BerkainItuKeren terhadap Sikap Menggunakan Kain Tradisional pada follower instagram @pemudaberkain.sub bersifat kuat. Hasil dari uji hipotesis menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan Kampanye #BerkainItuKeren terhadap Sikap Menggunakan Kain Tradisional.
2. Kampanye #BerkainItuKeren dapat membangun kesadaran gen Z akan budaya berkain. Gen Z menjadi lebih mengenal budaya berkain serta menjadi tertarik untuk mencoba menggunakan kain tradisional nusantara (wastra) dengan kreasinya masing-masing sebagai busana sehari-hari

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti sadar bahwa masih banyak kekurangan serta keterbatasan dalam penelitian ini. Namun diharapkan melalui penelitian ini, hasil yang telah dikemukakan dapat memberi kontribusi yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait yang membutuhkan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Serta dapat menjadi bahan referensi dalam penelitian selanjutnya.

Bagi Pemuda Berkain Surabaya diharapkan dapat terus memberikan kontribusi terbaiknya agar sasaran dari kampanye #BerkainItuKeren dapat lebih berkembang dan meluas dengan menyasar kelompok generasi yang lebih muda seperti generasi Alpha.

DAFTAR PUSTAKA

- Venus, Antar. (2019). *Manajemen Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cetakan ke). Alfabeta.
- Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). *Communication Campaign*. New Burry Park.
- P., & Nisa, H. M. (2022). Efektivitas Komunikasi Penyuluhan Pengembangan Desa Wisata Melalui Pembentukan Kelompok Sadar Wisata Berbasis Sapta Pesona. *Karya Unggul : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 145–151.
- Zamzani, A. K. (2022). *Pemuda Berkain Surabaya, Komunitas Anak Muda yang Bangga Lestarikan Warisan Nusantara*. Surya. <https://surabaya.tribunnews.com/2022/02/14/pemuda-berkain-surabaya-komunitas-anak-muda-yang-bangga-lestarikan-warisan-nusantara?page=all>
Diakses dari Tribunnews.com Pada Mei 2023 pukul 13.04