

**PENGARUH PESAN KAMPANYE “BERKAIN GEMBIRA”
TERHADAP SIKAP GENERASI Z DALAM BERBUSANA
MENGUNAKAN KAIN TRADISIONAL**



SKRIPSI

ESTER FRIDA HUTAGALUNG

NIM: 0000036246

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

**PENGARUH PESAN KAMPANYE “BERKAIN GEMBIRA”
TERHADAP SIKAP GENERASI Z DALAM BERBUSANA
MENGUNAKAN KAIN TRADISIONAL**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Sarjan Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

ESTER FRIDA HUTAGALUNG

NIM: 00000036246

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,
Nama : Ester Frida Hutagalung
NIM : 00000036246
Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

PENGARUH PESAN KAMPANYE “BERKAIN GEMBIRA” TERHADAP SIKAP GENERASI Z DALAM BERBUSANA MENGGUNAKAN KAIN TRADISIONAL

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik, yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13/06/2023



(Ester Frida Hutagalung)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
Pengaruh Pesan Kampanye “Berkain Gembira” Terhadap Sikap Generasi Z dalam
Berbusana Menggunakan Kain Tradisional

Oleh
Nama : Ester Frida Hutagalung
NIM : 00000036246
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

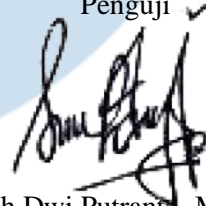
Telah diujikan pada hari Senin, 26 Juni 2023
Pukul 14.30 s.d 15.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Nicky Stephani, S.Sos., M.Si
NIDN: 0405099105

Penguji



Dr. Teguh Dwi Putranto, M.Med.Kom.
NIDN: 0302108907

Pembimbing



Dr. Endah Murwani, M.Si.
NIDN: 0327066402

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah
Bangun
2023.07.18
11:42:41 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ester Frida Hutagalung

NIM : 00000036246

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

Pengaruh Pesan Kampanye “Berkain Gembira” Terhadap Sikap Generasi Z dalam Berbusana Menggunakan Kain Tradisional/

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 30 Juni 2023

Yang menyatakan,



Ester Frida Hutagalung

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Pesan Kampanye “Berkain Gembira” Terhadap Sikap Generasi Z dalam Berbusana Menggunakan Kain Tradisional” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Endah Murwani, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Responden yang sudah meluangkan waktunya dan bersedia untuk mengisi kuesioner.
6. Papa, Mama dan Adik, sebagai keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
7. Jonea Christie, Gabriela Glory dan Angelique Bertin, sebagai teman penulis selama kuliah yang selalu saling menyemangati, mendukung, membantu, senang dan susah bersama.
8. Seventeen, BTS dan WOODZ, melalui karya dan kehadirannya dapat menjadi penyemangat dan motivasi kepada penulis.
9. Ester Frida Hutagalung, bagi diri saya sendiri yang sudah berjuang, semangat dan bertahan hingga saat ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 13 Juni 2023



(Ester Frida Hutagalung)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH PESAN KAMPANYE “BERKAIN GEMBIRA” TERHADAPSIKAP GENERASI Z DALAM BERBUSANA MENGUNAKAN KAIN TRADISIONAL

Ester Frida Hutagalung

ABSTRAK

Swara Gembira adalah komunitas anak muda Indonesia yang ingin melestarikan kembali budaya Indonesia. Salah satunya cara yang dilakukan adalah membentuk kampanye Berkain Gembira, di mana kampanye tersebut bertujuan untuk mengajak anak muda Indonesia menggunakan kain tradisional di kegiatan sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pesan kampanye Berkain Gembira terhadap sikap menggunakan kain. Penelitian ini menggunakan teori *Elaboration Likelihood Method*, dengan konsep utama yaitu pesan kampanye dan sikap. Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif eksplanatif yang bersifat deskripsi dengan menggunakan metode survei atau angket sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner akan menggunakan *Google Form* yang disebarakan kepada 150 responden yang mengikuti Instagram @remajanusantara_ dan mengetahui kampanye Berkain Gembira. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan uji hipotesis yang akan diuji menggunakan uji regresi linear sederhana. Hasil Penelitian menunjukkan jika terdapat pengaruh antara pesan kampanye Berkain Gembira terhadap sikap Generasi Z menggunakan kain tradisional dalam kegiatan sehari-hari. Besar pengaruh yang didapatkan yaitu 23.8%. Kesimpulan dari penelitian yaitu pesan kampanye Berkain Gembira memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan kain tradisional, di mana dalam pesan kampanye tersebut mencakup struktur pesan, konten pesan, *framing* dan bahasa.

Kata kunci : Pesan Kampanye, Sikap, *Elaboration Likelihood Method*, Berkain Gembira



**THE IMPACT OF THE “BERKAIN GEMBIRA” CAMPAIGN
MESSAGE HAS ON THE Z GENERATION’S FASHION
BEHAVIOR USING TRADITIONAL FABRICS**

Ester Frida Hutagalung

ABSTRACT

Swara Gembira is a community of young Indonesians who want to preserve Indonesian culture. One of the ways to do this is to form the Berkain Gembira campaign, in which the campaign aims to encourage young Indonesians to use traditional cloth in their daily activities. Therefore, this study aims to see the effect of the Berkain Gembira campaign message on the attitude of wearing cloth. This study uses the theory of the Elaboration Likelihood Method, with the main concepts there are campaign message and attitude. In this study, the type of research used was explanatory quantitative and the research using survey or questionnaire methods as a data collection tool. The questionnaire will use the Google Form and distributed to 150 respondents who follow Instagram @remajanusantara_ and know about the Berkain Gembira campaign. The sampling technique use a purposive sampling technique and the hypothesis will be tested using a simple linear regression test. Studies indicate that there is a correlated campaign message that would influence the Z generation's use of traditional fabrics in daily activities. The massive impact obtained is 23.8%. The conclusion of the research is that the message of a Berkain Gembira campaign has an effect on traditional fabrics, in which includes message structure, message content, framing and language.

Keywords : *Campaign message, Attitude, Elaboration Likelihood Method, Berkain Gembira*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.5.1. Signifikansi Akademis	9
1.5.2. Signifikansi Praktis.....	9
BAB II KERANGKA TEORI	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Teori-Konsep	12
2.2.1. <i>Elaboration Likelihood Model (ELM)</i>	12
2.2.2. Pesan Kampanye	13
2.2.3. Sikap	18
2.3. Kerangka Pemikiran	20
2.4. Hipotesis Teoritis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian	21
3.2. Metode Penelitian	22
3.3. Populasi dan Sampel	22
3.3.1. Populasi	22
3.3.2. Sampel	23
3.4. Operasional Variabel	24
3.4.1. Operasional Konsep Pesan Kampanye Berkain Gembira	24
3.4.2. Operasional Konsep Sikap	25
3.4.3. Tabel Operasional Konsep	27
3.5. Teknik Pengumpulan Data	30
3.5.1. Data Primer	30
3.5.2. Data Sekunder	30
3.6. Teknik Pengukuran Data	30
3.6.1. Uji Validitas	31
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	33

3.7. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Pesan Kampanye Berkain Gembira di Instagram @remajanusantara_ ...	35
4.2. Hasil Penelitian.....	36
4.2.1. Karakteristik Responden	36
4.2.2. Pesan Kampanye Berkain Gembira (X)	36
4.2.3. Sikap Penggunaan Kain Tradisional.....	40
4.2.4. Uji Hipotesis.....	43
4.3. Pembahasan	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Saran.....	52
5.2.1. Saran Akademis.....	52
5.2.2. Saran Praktis.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Teori	19
Tabel 3.1 Ukuran Sampel dalam Penelitian Kuantitatif Pemasaran	23
Tabel 3.2 Tabel Operasional Konsep	26
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Data	30
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pesan Kampanye	31
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Sikap	31
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pesan Kampanye.....	32
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Dimensi Struktur Pesan.....	36
Tabel 4.3 Dimensi Konten Pesan	37
Tabel 4.4 Dimensi Framing.....	38
Tabel 4.5 Dimensi Bahasa.....	38
Tabel 4.6 Dimensi Aspek Kognitif	40
Tabel 4.7 Dimensi Aspek Afektif	41
Tabel 4.8 Dimensi Aspek Konatif.....	42
Tabel 4.9 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	43
Tabel 4.10 Uji Regresi Linear Sederhana	44
Tabel 4.11 Uji ANOVA	44
Tabel 4.12 Nilai Koefisien	45

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survei Alasan Tidak Mau Memakai Kebaya Setiap Hari	2
Gambar 1.2 Contoh Kampanye Berkain Gembira Bersama <i>Public Figure</i>	5
Gambar 1.3 Unggahan Mengenai Ragam Batik Peranakan	5
Gambar 1.4 Unggahan Kisah Pencita Wastra @hagaipakan.....	6
Gambar 1.5 Unggahan Kisah Pencita Wastra @vonywong.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin	56
Lampiran B. Form Bimbingan	60
Lampiran C. Kuesioner	63
Lampiran D. Data Responden	68
Lampiran E. Jawaban Responden	73
Lampiran F. Tabel Penelitian Terdahulu.....	78

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA