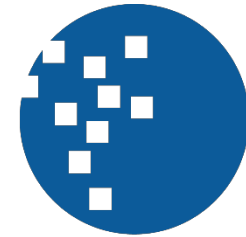


**REPRESENTASI IDENTITAS GEN Z DALAM BERBUSANA
BATIK PADA KAMPANYE #BERKAINGEMBIRA DI
INSTAGRAM (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Betari Naratayaka

00000056169

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**REPRESENTASI IDENTITAS GEN Z DALAM BERBUSANA
BATIK PADA KAMPANYE #BERKAINGEMBIRA DI
INSTAGRAM (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Betari Naratayaka
00000056169

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Betari Naratayaka

Nomor Induk Mahasiswa : 0000056169

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

REPRESENTASI BUSANA BATIK DI INSTAGRAM: ANALISIS

SEMIOTIKA KAMPANYE #BERKAINGEMBIRA PADA GENERASI Z

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Juni 2025



Betari Naratayaka

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
**REPRESENTASI IDENTITAS GEN Z DALAM BERBUSANA BATIK
PADA KAMPANYE #BERKAINGEMBIRA DI INSTAGRAM (ANALISIS
SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

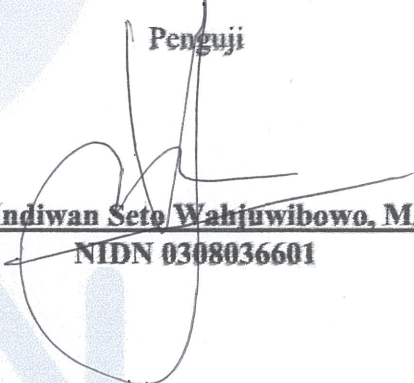
Oleh
Nama : Betari Naratayaka
NIM : 00000056169
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 08 Juli 2025
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

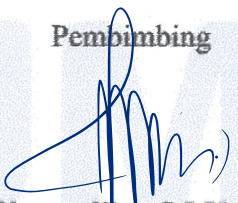
Ketua Sidang


Silvanus Alvin, S. I. Kom., M.A.
NIDN 0309109001

Penguji


Dr. Indiwana Seto Wahjuwibowo, M.Si.
NIDN 0308036601

Pembimbing


Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN 0325019101

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Betari Naratayaka
NIM : 00000056169
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Representasi Identitas Gen Z dalam berbusana batik pada kampanye #BerkainGembira di Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
- ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 20 Juni 2025



Betari Naratayaka

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan izinnya atas selesainya tugas akhir masa perkuliahan dengan skripsi yang berjudul “Representasi Identitas Gen Z dalam berbusana batik pada kampanye #BerkainGembira di Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes)” yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi 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 skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Laporan Magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

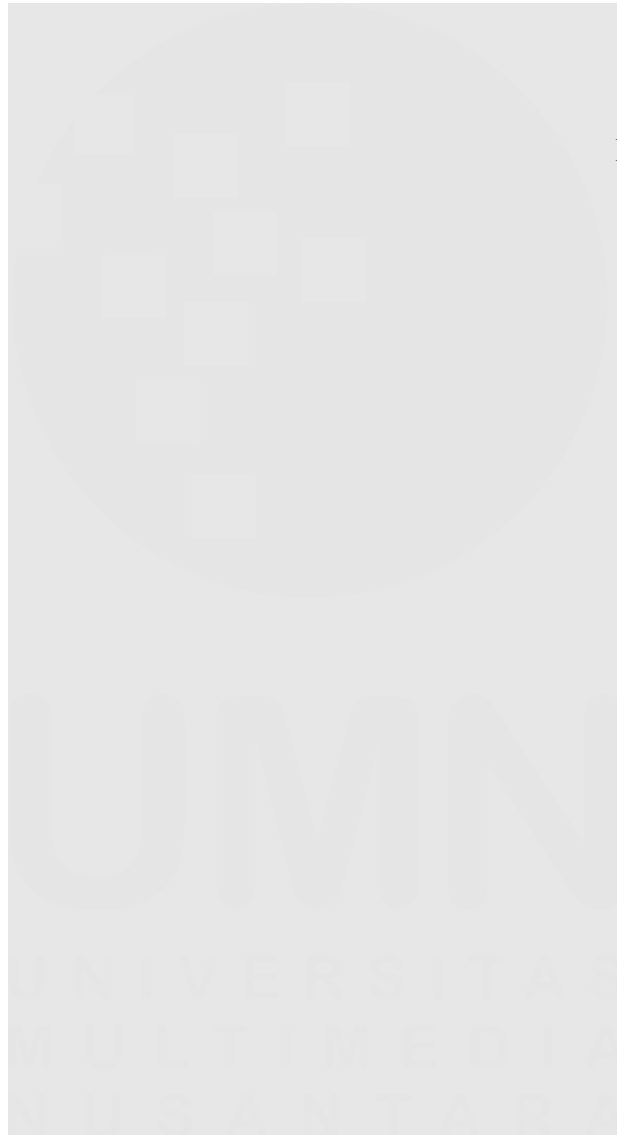
1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Nike Putri Yunandika, M.I.Kom, sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Dr. Indiwana Seto Wahjuwibowo, M.Si, sebagai Penguji yang telah memberikan masukan dan arahan ketika sidang skripsi.
6. Bapak Silvanus Alvin, S. I. Kom., M.A., sebagai Ketua Sidang yang telah memberikan masukan dan arahan ketika sidang skripsi.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yaitu Bunda, Ayah, dan Adik-Adik tersayang.
8. Teman-teman seperbimbingan skripsi, Fitra Kamila dan Zefanya Debora yang telah mendukung dan saling mengingatkan dalam pengerjaan skripsi ini

9. Teman-teman perkuliahan penulis tercinta, Celine Natania, Aprylla Keiko, Raudhah Salsabila, Najwa Nadhira memberikan semangat satu sama lain selama masa perkuliahan ini.

Tangerang, 20 Juni 2025



Betari Naratayaka



**Representasi Identitas Gen Z dalam berbusana batik pada
kampanye #BerkainGembira di Instagram (Analisis Semiotika
Roland Barthes)**

Betari Naratayaka

ABSTRAK

Batik, sebagai warisan budaya Indonesia, telah lama menjadi simbol kuat identitas bangsa. Namun, popularitasnya sempat menurun di kalangan anak muda karena lebih sering diasosiasikan dengan pakaian formal. Untuk mengatasi tantangan ini, kampanye digital #BerkainGembira hadir sebagai upaya memperkenalkan kembali kain tradisional (wastra) dengan nuansa yang lebih santai dan menunjukkan bahwa wastra, termasuk batik, dapat menjadi bagian dari gaya kasual sehari-hari. Penelitian ini secara khusus berfokus untuk menganalisis bagaimana representasi busana batik dikonstruksikan melalui unggahan Instagram dalam kampanye #BerkainGembira, dan bagaimana elemen visual tersebut membentuk identitas diri Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes untuk mengkaji makna denotatif, konotatif, dan mitos dari elemen-elemen visual yang terdapat dalam unggahan kampanye. Elemen visual yang dikorelasikan dalam postingan meliputi pemilihan busana batik, penggunaan warna, teknik pengambilan gambar, dan caption. Hasil penelitian menunjukkan bahwa batik direpresentasikan sebagai simbol gaya hidup modern, dinamis, dan fleksibel. Makna denotatif memperlihatkan pemuda-pemudi mengenakan batik dalam aktivitas kasual di ruang publik. Konotatifnya, batik menjadi identitas diri yang fleksibel, kreatif, dan percaya diri. Pada tahapan mitos, batik ditegaskan sebagai simbol nasionalisme budaya yang relevan di era digital. Kampanye #BerkainGembira berperan aktif membentuk identitas Generasi Z yang bangga budaya lokal melalui representasi batik kasual, stylish, dan kekinian. Instagram berperan strategis membentuk persepsi baru tentang batik dan menghidupkan nilai budaya di kehidupan digital Generasi Z.

Kata kunci: Batik, Representasi, Generasi Z, Semiotika Roland Barthes, Kampanye Digital

***The Representation of Gen Z Identity in Wearing Batik on the
#BerkainGembira Campaign on Instagram: A Semiotic Analysis of
Roland Barthes***

Betari Naratayaka

ABSTRACT

Batik, as an Indonesian cultural heritage, has long been a strong symbol of national identity. However, its popularity among young people had declined as it was more often associated with formal wear. To address this challenge, the #BerkainGembira digital campaign emerged as an effort to reintroduce traditional fabrics (wastra) with a more relaxed feel, demonstrating that wastra, including batik, can be part of everyday casual style. This study specifically focuses on analyzing how batik fashion representation is constructed through Instagram posts in the #BerkainGembira campaign, and how these visual elements shape the identity of Generation Z. This research employs a qualitative approach using Roland Barthes' semiotic analysis method to examine the denotative, connotative, and mythical meanings of visual elements found in campaign posts. The visual elements correlated in the posts include the selection of batik attire, the use of colors, photographic techniques, and captions. The findings indicate that batik is represented as a symbol of a modern, dynamic, and flexible lifestyle. Denotatively, it shows young people wearing batik in casual public activities. Connotatively, this signifies that batik can be a flexible, creative, and confident self-identity. At the mythical stage, the ideological construction asserts batik as a symbol of cultural nationalism that remains relevant in the digital era, moving beyond its old perception as formal or old-fashioned attire. The #BerkainGembira campaign actively shapes the identity of Generation Z, who are proud of their local culture, through casual, stylish, and contemporary batik representations. Instagram plays a strategic role in forming new perceptions about batik and revitalizing cultural values in the digital lives of Generation Z.

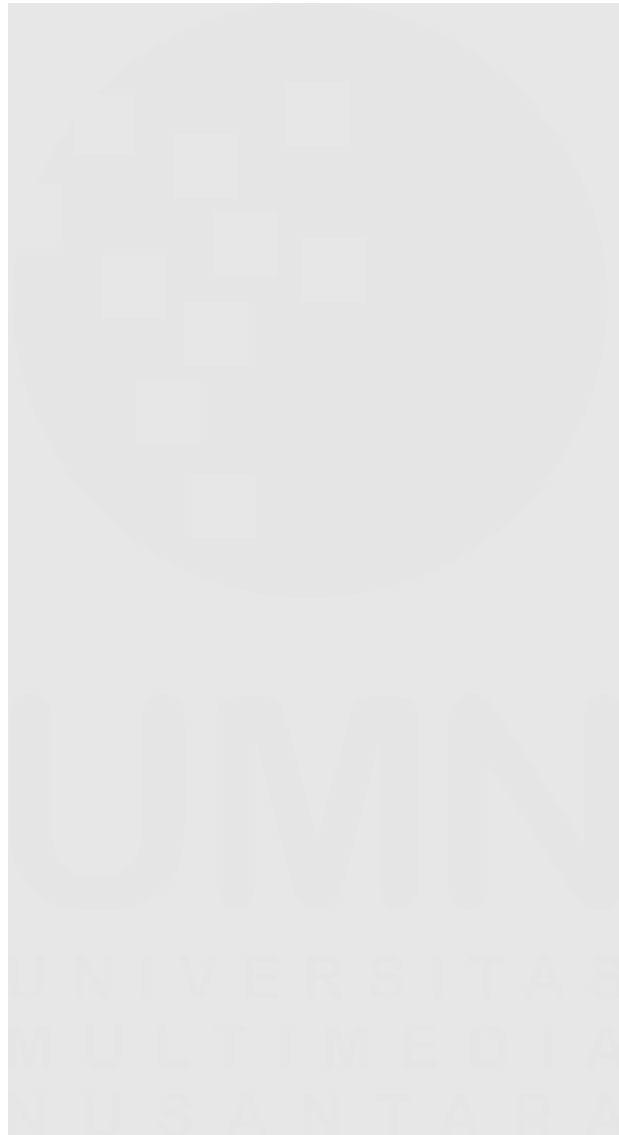
Keywords: *Batik, Representation, Generation Z, Semiotic Roland Barthes, Digital Campaign*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.5.3 Kegunaan Sosial	10
1.6 Batasan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Teori Semiotika Roland Barthes	20
2.3 Landasan Konsep	23
2.3.2 Representasi	23
2.3.3 Busana Batik	24
2.3.4 Kampanye Digital	25
2.3.5 Media Sosial (Instagram)	26
2.3.6 Komunikasi Visual	27

2.3.7 Generasi Z	30
2.4 Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	32
3.3 Metode Penelitian	32
3.4 Unit Analisis.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Keabsahan Data.....	36
3.7 Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	39
4.1.1. Subjek Penelitian	39
4.1.2. Objek Penelitian	40
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1. Analisis Sintagmatik	46
4.2.2 Analisis Paradigmatik.....	52
4.3 Pembahasan	67
4.3.1. Teori Semiotika Roland Barthes	67
4.3.2 Representasi	70
4.3.3 Busana Batik	71
4.3.4 Kampanye Digital	72
4.3.5 Media Sosial	73
4.3.6 Komunikasi Visual.....	74
4.3.7 Generasi Z	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
5.2.1 Saran Akademis	78
5.2.2 Saran Praktis.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN	82

Lampiran A. Turnitin	82
Lampiran B. Konsultasi Form	89



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. 2 Makna Warna Batik.....	27
Tabel 2. 3 Ukuran Pengambilan Gambar	28
Tabel 2. 4 Jenis pengambilan <i>angle</i> kamera	28
Tabel 3. 1 Teknik Pengambilan Gambar Berdasarkan Ukuran Gambar.....	34
Tabel 3. 2 Teknik Pengambilan Gambar Berdasarkan Angle	34
Tabel 3. 3 Hubungan Tulisan dan Gambar	35
Tabel 4. 1 Olahan Data.....	41
Tabel 4. 2 Subjek Penelitian.....	42
Tabel 4. 3 Informasi Subjek	44
Tabel 4. 4 Analisis Sintagmatik Subjek 1	46
Tabel 4. 5 Analisis Sintagmatik Subjek 2	49
Tabel 4. 6 Analisis Sintagmatik Subjek 3	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Unggahan tagar kampanye #BerkainGembira	3
Gambar 1.2 Akun Instagram Remaja Nusantara	4
Gambar 1. 3 Media Sosial Paling Sering Digunakan di Indonesia	5
Gambar 1.4 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan Gen Z	5
Gambar 2. 1 Alur Penelitian.....	31
Gambar 3. 1 Model Semiotika Roland Barthes	21
Gambar 3. 2 Teknik Analisis Data Model Miles dan Huberman	38
Gambar 4. 1 Akun Remaja Nusantara.....	39
Gambar 4. 2 Unggahan Subjek 1 Beserta Caption	52
Gambar 4. 3 Unggahan Subjek 2 Beserta Caption	58
Gambar 4. 4 Unggahan Subjek 2 Beserta Caption	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin	82
Lampiran B Konsultasi Form.....	86

