

## **Membangun Inklusivitas Budaya Melalui *Content Analysis* pada Instagram dan Tiktok @raniaayamin**

Tia Rachma Utamie, Rifda Fathiyah, Mutia Khairunnisa, Alwan Husni Ramdani\*

1 Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

2 Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

3 Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

4 Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

\* Corresponding author: [alwanhusni@upi.edu](mailto:alwanhusni@upi.edu)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan menganalisis konten media sosial @raniaayamin, seorang penggiat budaya yang mempromosikan kebudayaan melalui penggunaan baju adat kebaya. Dengan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari dua platform media sosial utama, Instagram dan TikTok, menggunakan metode *intercoder reliability*. Hasil analisis, didukung oleh *literatur review*, menunjukkan bahwa media sosial efektif sebagai platform untuk mempromosikan budaya, terutama ketika kontennya bersifat personal sehingga relevan bagi banyak orang. Faktor visual menarik juga membantu menjangkau khalayak luas. Implikasi penelitian ini memberikan dasar untuk pengembangan strategi inklusi budaya melalui media sosial dengan mempertimbangkan aspek personalitas konten dan daya tarik visual guna mencapai dampak yang lebih positif dan luas.

*Kata-kata kunci: Strategi Inklusi Budaya, Instagram, Tiktok, Intercoder Reliability*

### **Pendahuluan**

Di Indonesia, kebudayaan yang kaya dan beragam selama ini menjadi bagian integral dari identitas bangsa. Namun, sayangnya, terdapat tren lunturnya kebudayaan di tengah arus modernisasi dan globalisasi (Nurhasanah, Siburian dan Fitriana, 2021) Perubahan gaya hidup, teknologi, dan pengaruh asing seringkali menyebabkan masyarakat cenderung melupakan dan meninggalkan nilai-nilai tradisional serta warisan budaya (Mutalibovna, 2020). Hal ini dapat terlihat dalam hilangnya minat terhadap upacara adat, tradisi lokal, dan bahkan bahasa daerah. Terlebih, kebudayaan secara eksklusif biasanya diwariskan pada kelompoknya saja. Eksklusivitas budaya menunjukkan warisan budaya hanya diturunkan pada individu dari etnis atau ras yang sama, semakin tidak relevan mengingat perubahan zaman dan penurunan minat generasi terbaru. Melihat ketimpangan populasi masyarakat di Indonesia yang tersentralisasi di pulau Jawa, menyebabkan terkadang wilayah lain tertutupi oleh popularitas kebudayaan Jawa-sentris yang didominasi sebab populasinya yang besar dan kurangnya liputan keberagaman oleh media (Stefanie, 2022), eksklusivitas ini menjadi ancaman keberagaman kebudayaan bangsa Indonesia.

Adanya eksklusivitas budaya di Indonesia memainkan peran ganda dalam pembentukan identitas nasional. Di satu sisi, keberagaman budaya dari berbagai etnis memberikan kekayaan

dan keunikan yang tak ternilai, memperkaya warisan budaya negara ini. Namun, eksklusivitas budaya juga dapat menciptakan tantangan dalam bentuk potensi ketidaksetaraan dan konflik sosial. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan pemahaman dan apresiasi terhadap keragaman budaya sebagai aset bersama, sambil mempromosikan pendekatan inklusif yang mendorong toleransi

Era ini, media massa, sebagai industri bernilai triliunan dolar, memainkan peran sentral dalam pelestarian kebudayaan dengan memberikan wawasan mendalam tentang nilai-nilai dan identitas suatu masyarakat (Bao dan Yu, 2018). Proses konsumsi melalui berbagai jenis media memberikan gambaran yang kaya tentang bagaimana masyarakat merespons dan terpengaruh dengan konten yang disajikan. Dengan teknologi internet sebagai medium komunikasi paling kuat untuk saat ini, penting untuk menggali lebih dalam bagaimana media tersebut dapat dimanfaatkan. Teknologi internet sebagai media massa paling kuat di era ini telah memainkan peran signifikan dalam memfasilitasi inklusivitas budaya di berbagai etnis. Internet memungkinkan pertukaran informasi, ide, dan ekspresi budaya antar komunitas dengan cepat dan mudah. Khususnya melalui media sosial, individu dari berbagai latar belakang etnis dapat berbagi pengalaman, tradisi, dan kreativitas mereka (Russo, 2011). Selain itu, teknologi internet juga memberikan platform untuk mendukung inisiatif dan proyek budaya yang mencerminkan kekayaan kultural masyarakat etnis yang berbeda. Dengan demikian, internet dengan panggung utama yang paling populernya media sosial memainkan peran penting dalam membentuk sebuah dunia di mana kebudayaan dari berbagai etnis diakui, dihargai, dan merajut jaringan inklusif yang mempromosikan kerjasama lintas budaya.

Media sosial menjadi alat yang sangat efektif untuk mempromosikan dan merayakan keberagaman budaya. Masyarakat dapat menggunakan foto, video, dan teks untuk menyajikan tradisi, seni, kuliner, dan peristiwa budaya khas mereka. Dengan keterlibatan yang tinggi di media sosial, promosi budaya dapat mencapai khalayak yang lebih luas (Lin dan Hsu, 2020), menciptakan kesadaran, dan mendorong dialog antarbudaya. Selain itu, media sosial juga memfasilitasi interaksi langsung antarindividu dari latar belakang etnis yang berbeda, membantu membangun jaringan inklusif dan memperkuat hubungan antarbudaya secara global.

Dalam media sosial, salah satu cara untuk mempromosikan atau mempengaruhi massa di media digital dapat dilakukan melalui tokoh atau influencer (Cheung, dkk., 2022). Mereka tidak hanya memiliki jumlah pengikut yang besar tetapi juga mampu membangun koneksi yang mendalam dengan audiens mereka. Ketika seorang tokoh atau influencer memilih untuk mempromosikan aspek-aspek budaya, pesan tersebut dapat mencapai ribuan bahkan jutaan orang dengan cepat. Keaslian dan daya tarik yang dimiliki oleh influencer menjadikan promosi budaya lebih personal dan relevan, dan penggunaan berbagai fitur media sosial dapat memperkuat pengalaman interaktif (Hakkansson, dkk., 2020). Melalui kolaborasi yang cerdas dan kreatif dengan *influencer*, promosi budaya dapat menjadi lebih efektif, merangkul keragaman, dan membuka pintu dialog antarbudaya yang positif. Rania Maheswari Yamin adalah salah seorang influencer dan enthusiast budaya yang dengan gigih mempromosikan kebudayaan melalui akun @raniaayamin pada platform media sosial Instagram dan TikTok. Konten-kontennya berfokus pada tren fashion, Rania gencar mengajak masyarakat untuk

menormalisasi dan mempopulerkan kembali penggunaan kebaya serta berkain. Melalui kontennya, ia tidak hanya memamerkan keindahan kebaya, tetapi juga berusaha menciptakan kesadaran akan pentingnya mempertahankan dan merayakan warisan budaya Indonesia. Dengan gaya yang kreatif dan modern, Rania berperan dalam menginspirasi generasi muda untuk tetap menghargai dan mempromosikan kebudayaan tradisional, membawa kebaya sebagai bagian dari tren fashion kontemporer.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan mengenai dampak influencer seperti Rania Maheswari Yamin, yang secara konsisten mempromosikan budaya dalam postingannya. Dengan jumlah follower yang mencapai 330k orang dan komentar positif yang melimpah, terlihat indikasi bahwa kontennya disukai dan dapat memengaruhi pengikutnya, bahkan mendorong beberapa orang untuk mempopulerkan penggunaan kebaya-kain dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks kekhawatiran utama terkait kehilangan identitas budaya, penelitian ini akan secara kuantitatif menganalisis konten Instagram Rania, fokus pada cara ia berhasil mempromosikan kebudayaan melalui aspek visual dan tekstual.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *content analysis* serta pengukuran *intercoder reliability*. *Content analysis* yaitu metode sistematis dalam menganalisis data berbentuk konten dengan menggunakan pengkodean atau pemetaan untuk memahami pola yang muncul dalam konten yang dianalisis. Langkah penting dalam analisis konten melibatkan pengembangan serangkaian instruksi untuk *coder* dilatih hingga persyaratan reliabilitas terpenuhi. Salah satu metode untuk mengukur reliabilitas adalah dengan menghitung persentase kesepakatan antar-coder, reliabilitas dapat dihitung menggunakan Kappa Cohen, yang mendekati 1 ketika pengkodean benar-benar dapat diandalkan dan mendekati 0 ketika tidak ada kesepakatan selain yang diharapkan secara kebetulan (Stemler, 2001). Hasil statistik kappa dapat diinterpretasikan sebagai berikut: **Tabel 1. Statistik kappa**

<i>Kappa Statistic</i>	<i>Strength of Agreement &lt;0.00 Poor</i>
0.00-0.20	<i>Slight</i>
0.21-0.40	<i>Fair</i>
0.41-0.60	<i>Moderate</i>
0.61-0.80	<i>Substantial</i>
0.81-1.00	<i>Almost Perfect</i>

Selanjutnya, hasil analisis konten dan pengukuran *intercoder reliability* antar *coder* dalam penelitian ini diperkuat oleh *literature review* dengan memanfaatkan wawasan dari penelitian terdahulu.

*Intercoder reliability* sebagai bentuk pengumpulan data melalui *coding sheets* yang dikategorikan dengan pengkodean berdasarkan *Culture Themes* dan *Social Media Marketing Strategy* (Jung, dkk., 2022; Louise, 2021). Tahap selanjutnya adalah pengkodean terhadap objek penelitian yaitu Instagram @raniaayamin dan Tiktok @raniaayamin yang menyesuaikan dengan kriteria *coding* yang sudah dibuat oleh peneliti. Analisis melibatkan pengkodean yang dilakukan oleh *coder*. Selanjutnya, peneliti dapat segera melakukan

perhitungan dan mengetahui hasilnya. Berikut adalah tabel instrumen *coding sheets* yang digunakan dalam penelitian ini. **Tabel 2. Coding Sheet**

Pengkodean	Kategori	Deskripsi
<i>Category</i>	<i>Work</i>	Memuat unggahan mengenai pekerjaan seperti iklan maupun <i>endorsement</i>
	<i>Personal</i>	Memuat unggahan-unggahan pribadi seperti
<i>Themes</i> (Jung, dkk., 2022)	<i>Cognitive</i>	Kepemilikan akan pengetahuan mengenai dunia baik secara fisik maupun sosial Nilai dan ideologi untuk perilaku yang
	<i>Values and Norms</i>	disepakati atau disetujui semua orang
<i>Themes</i> (Jung, dkk., 2022)	<i>Behavioral Intention</i>	Pola kebiasaan seseorang yang khas dan tidak normatif
<i>Strategies</i> (Louise, 2021)	<i>Identity</i>	Informasi pribadi yang memuat nama, usia, jenis kelamin, dan representasi seseorang
	<i>Conversations</i>	Pengguna media sosial berkomunikasi dengan pengguna lain
<i>Strategies</i> (Louise, 2021)	<i>Sharing</i>	Bentuk aktivitas memberitahu mengenai pikiran, perasaan, pengalaman

Analisis pada konten Instagram dan Tiktok Rania Maheswari Yamin dalam penelitian ini, peneliti dibantu oleh *coder* yang memiliki kriteria:

1. *Coder* memiliki akun TikTok dan Instagram
2. *Coder* memahami penggunaan akun TikTok dan Instagram
3. *Coder* merupakan *followers* Rania Maheswari Yamin platform TikTok dan Instagram pada akun @raniaayamin

Dari kriteria-kriteria di atas, terdapat 2 *coder* yang akan melakukan *coding* pada objek penelitian. Hasil dari pengkodean 2 *coder* tersebut selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dengan uji kappa (Stemler 2001).

### Hasil dan Pembahasan

Peneliti melakukan analisis terhadap *Key Opinion Leader* (KOL) Rania Maheswari Yamin yang fokus pada konten-konten budaya mulai dari cara berpakaian, mengenalkan *culture* keturunan Mangkunegaran, makanan daerah dan khas Solo, bahkan silsilah dan sejarah keluarga Mangkunegaran. Rania aktif mengenalkan kebiasaan menggunakan pakaian tradisional dalam aktivitas sehari-harinya melalui platform Instagram dan Tiktok. Instagram @raniaayamin per 1 Januari 2024 telah mendapatkan *followers* sebanyak 332.000 pengikut, dengan total unggahan mencapai 194 unggahan. Jika ditinjau melalui platform allstars.id, Instagram @raniaayamin memiliki *engagement rate* 14.27% dengan rata-rata *like* pada unggahan 47.316 *likes* dan rata-rata komentar mencapai 146 *comments*. Sementara itu, Tiktok @raniaayamin memiliki 508.500 *followers* dengan unggahan mencapai 59 unggahan.

Berdasarkan hasil analisis dari platform analisa.io, Tiktok @raniaayamin telah mencapai *engagement rate* 46.28%, dengan *view rate* mencapai 304.47% dan rata-rata *likes* mencapai 47.480 *likes*. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan analisis konten pada 100 unggahan terbaru di Instagram @raniaayamin serta pada 59 unggahan di Tiktok @raniaayamin per tanggal 19 Desember 2023. Berikut adalah hasil analisis *intercoder reliability* oleh 2 *coder*.

### Hasil Intercoder Reliability

Peneliti melakukan analisis konten menggunakan *intercoder reliability* dengan dua *coder*. Berikut adalah uraian secara jelas mengenai hasil dari *intercoder reliability* tersebut.

#### 1. Instagram @raniaayamin

Peneliti membagi *intercoder reliability* ke dalam 3 hal yaitu *category of content*, *themes of content*, dan *strategy of content*. Berikut adalah uraian secara jelas.

##### a) Category of Content

Berikut adalah hasil *Cohen Kappa* pada *category of content* Instagram @raniaayamin:

**Tabel 3.** *Symmetric Measures Category of Content*

		Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Measure of Agreement	Kappa	.979	.020	9.796	.000
N of Valid Cases		100			

Tabel 3. menunjukkan bahwa nilai Cohen Kappa mencapai 0.979 yang berarti termasuk kategori *almost perfect*. Jika, nilai *Cohen Kappa* berada pada rentang 0.61 - 1.00, maka menunjukkan bahwa hasil analisis *coder* mewakili kesepakatan keseluruhan yang baik. Bahwasanya analisis tersebut tidak didasari oleh kebetulan saja.

##### b) Themes of Content

Berikut adalah hasil *Cohen Kappa* pada *themes of content* @raniaayamin.

**Tabel 4.** *Symmetric Measures Themes of Content*

		Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Measure of Agreement	Kappa	.823	.059	8.454	.000
N of Valid Cases		100			

Tabel 4 menunjukkan nilai Cohen Kappa sebesar 0.823 yang berarti termasuk kategori *almost perfect*. Rentang nilai 0.61 - 1.00 menunjukkan jika hasil analisis *coder* mewakili kesepakatan keseluruhan yang baik. Yang mana analisis tersebut tidak didasari oleh kebetulan.

##### c) Strategies of Content

Berikut adalah hasil *Cohen Kappa* konten pada Instagram @raniaayamin.

**Tabel 5.** *Symmetric Measures Strategy of Content*

		Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Measure of					
	Kappa	.748	.076	8.626	.000
Agreement					
N of Valid Cases		100			

Tabel 5. menunjukkan jika nilai Cohen Kappa menunjukkan angka sebesar 0.748 yang berarti termasuk kategori *substantial*. *Cohen Kappa* berada pada rentang 0.61 - 1.00, maka menunjukkan bahwa hasil analisis *coder* mewakili kesepakatan keseluruhan yang baik. Bahwasanya analisis tersebut tidak didasari oleh kebetulan saja.

## 2. Tiktok @raniaayamin

Analisis yang dilakukan peneliti pada Tiktok @raniaayamin sama hal dengan analisis pada Instagram @raniaayamin yaitu terdiri dari *category of content*, *themes of content* yang; *strategy of content*. Berikut adalah uraian mengenai analisis konten pada Tiktok @raniaayamin:

### a) *Category of Content*

Peneliti melakukan analisis konten berdasarkan kategori konten melalui pengukuran *intercoder reliability*. Berikut adalah nilai *Cohen Kappa* yang dijelaskan pada tabel 6.

**Tabel 6.** *Symmetric Measures Category of content Tiktok*

		Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Measure of					
	Kappa	.869	.090	6.734	.000
Agreement					
N of Valid Cases		59			

Tabel 6. menunjukkan bahwa nilai Cohen Kappa mencapai 0.869 yang berarti termasuk kategori *almost perfect*. Jika, nilai *Cohen Kappa* berada pada rentang 0.61 - 1.00, maka menunjukkan bahwa hasil analisis *coder* mewakili kesepakatan keseluruhan yang baik. Bahwasanya analisis tersebut tidak didasari oleh kebetulan saja.

### b) *Themes of Content*

Peneliti melakukan analisis konten berdasarkan tema melalui pengukuran *intercoder reliability*. Berikut adalah nilai *Cohen Kappa* yang dijelaskan pada tabel 7.

**Tabel 7.** *Symmetric Measures Themes of Content Tiktok*

		Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.

Measure of Agreement	Kappa	.916	.058	7.512	.000
N of Valid Cases		59			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis. Tabel 7. menunjukkan nilai Cohen Kappa sebesar 0.916 yang berarti termasuk kategori *almost perfect*. Rentang nilai 0.61 - 1.00 menunjukkan jika hasil analisis *coder* mewakili kesepakatan keseluruhan yang baik. Yang mana analisis tersebut tidak didasari oleh kebetulan.

c) *Strategies of Content*

Peneliti melakukan analisis konten berdasarkan strategi pemasaran media sosial melalui pengukuran *intercoder reliability*. Berikut adalah nilai *Cohen Kappa* yang dijelaskan pada tabel 8.

**Tabel 8.** *Symmetric Measures Strategy of Content* Tiktok

		Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Measure of Agreement	Kappa	.867	.056	9.175	.000
N of Valid Cases		59			

Tabel 8. menunjukan jika nilai Cohen Kappa mencapai angka sebesar 0.867 yang berarti termasuk kategori *almost perfect*. *Cohen Kappa* berada pada rentang 0.61 - 1.00, maka menunjukan bahwa hasil analisis *coder* mewakili kesepakatan keseluruhan yang baik. Bahwasanya analisis tersebut tidak didasari oleh kebetulan saja.

### **Pemanfaatan Media Sosial melalui tinjauan cross tabulation data**

Peneliti menggunakan data *cross tabulation* untuk melihat perbandingan antara tipe konten Rania Maheswari Yamin pada Instagram dengan Tiktok. Berikut adalah perbandingan data berdasarkan kategori, tema, dan strategi konten.

#### **1. Analisis *Category of Content* pada Implementasi Media Sosial**

Peneliti membandingkan pembagian kategori konten pada Instagram dan Tiktok @raniaayamin untuk mengetahui pendekatan yang dilakukan Rania agar terus berinteraksi dengan audiensnya. Pengguna Instagram dan Tiktok kerap kali memiliki karakteristik yang berbeda sehingga memberikan peluang untuk mengimplementasikan pendekatan yang berbeda. Berikut adalah uraian *cross tabulation* data sebagai acuan dalam menganalisis Instagram dan Tiktok @raniaayamin.

**Tabel 9.** *Cross Tabulation Category of Content*

Instagram	Category Coder 2		Total
	Work	Personal	

Coder 1	Work	<b>41</b>	1	42
	Personal	0	<b>58</b>	58
Total		41	59	100

Tiktok	Coder 2		Total	
	Work	Personal		
Coder 1	Work	<b>8</b>	2	10
	Personal	0	<b>49</b>	49
Total		8	51	59

Hasil *cross tabulation* pada tabel 9. menunjukkan terdapat 58 konten pada Instagram @raniaayamin yang termasuk ke dalam kategori personal. Hal ini menunjukkan bahwa Rania lebih memanfaatkan platform Instagram sebagai media iklan. Paksi, dkk. (2021) mengungkapkan bahwa konten iklan pada Instagram memiliki kualitas yang sangat baik sehingga mampu mempengaruhi pengguna Instagram untuk terus melihat konten tersebut hingga kemudian mendorong keputusan audiens untuk membeli produk tersebut. Meski demikian, Rania tetap menyajikan konten personal untuk menjaga intimasinya dengan audiens.

Berbeda halnya dengan Instagram, Tiktok @raniaayamin menunjukkan bahwa lebih dari 80% kontennya termasuk kategori konten personal. Meskipun pada beberapa kontennya, Rania memadukan antara konten pekerjaan dengan konten personal. Akan tetapi, siasat yang dilakukan Rania untuk menarik perhatian audiens tetap melalui pendekatan personal yang mana berarti konten tersebut memuat aktivitas keseharian dan pribadi seorang Rania. Sepadan dengan pernyataan Tafesse dan Wien (2017) yang mengungkapkan bahwa konten personal mendorong audiens untuk terbuka dan berinteraksi dengan mengungkapkan perasaan, pendapat, dan pikirannya sehingga menciptakan peluang untuk memperkuat hubungan sosial mereka. Hubungan yang intim dipercaya dapat lebih mempengaruhi perspektif seseorang (Simpson, dkk., 2012). Maka dari itu, konten personal menjadi cara efektif untuk mengenalkan kebiasaan berbudaya kepada audiens.

## 2. Pemanfaatan Pemilihan *Themes of Content* Melalui Pendekatan Budaya

Peneliti melakukan analisis terhadap konten-konten pada Instagram dan Tiktok @raniaayamin terutama terhadap tema yang dipilih dalam menyampaikan pesannya. Hampir keseluruhan konten pada Instagram dan Tiktok milik Rania adalah mengungkapkan bagaimana ia memadupadankan budaya dengan kehidupan sehari-harinya. Oleh karena itu, analisis ini memuat *element of culture* yang Rania tonjolkan pada media sosialnya. Berikut adalah uraian data *cross tabulation* sebagai dasar analisis pemilihan tema pada akun @raniaayamin.

**Tabel 10. Theme Coder 1 \* Theme Coder 2 Cross Tabulation**

		Coder 2			Total	Instagram
		Cognitive	Values & Norms	Symbolic Behaviour		
Coder 1	Values & Norms	1	<b>29</b>	0	30	
	Behaviour	0	7	<b>63</b>	70	



Total		1	36	63	100
<b>Tiktok</b>		Coder 2			Total
		Cognitive	Values & Norms	Symbolic Behaviour	
Coder 1	Cognitive	<b>1</b>	0	0	1
	Values & Norms	0	<b>14</b>	2	16
	Behaviour	0	0	<b>42</b>	42
Total		1	14	44	59

Berdasarkan hasil data *cross tabulation* pada tabel 10. di atas menunjukkan bahwa lebih dari 50% konten pada Instagram dan Tiktok @raniaayamin memiliki tema yang termasuk elemen budaya *symbolic behaviour*. Terdapat 63 unggahan pada Instagram @raniaayamin yang termasuk elemen *symbolic behaviour* serta terdapat 42 unggahan pada Tiktok @raniaayamin yang termasuk elemen budaya *symbolic behaviour*. Hal tersebut menunjukkan terdapat perbedaan antara tema konten pada Instagram dengan Tiktok @raniaayamin. Berdasarkan hasil data *cross tabulation*, menunjukkan bahwa konten-konten Rania menyajikan pola kebiasaan dirinya yang unik termasuk salah satunya dalam kebiasaan berpakaian khas seperti menggunakan batik, kebaya, berkain, dan lainnya dengan *fashion* yang menyesuaikan *trend* terkini. Rania juga kerap kali menunjukkan aktivitas kesehariannya seperti kesukaannya dalam membaca buku, tempat yang dikunjunginya, dan kegiatan sehari-harinya dengan tetap terus menggunakan elemen budaya. Konten-konten tersebut menunjukkan bahwa budaya terutama dalam *trend fashion* dapat dilakukan kapanpun dan dalam situasi apapun bahkan hanya ketika ingin bersantai sehingga menunjukkan inklusivitas dalam berbudaya (Wening dan Kusumadewi, 2023).

### 3. Analisis Strategy of Content Sebagai Upaya Membangun Inklusivitas Budaya

Konten-konten pada Instagram dan Tiktok @raniaayamin selalu menyisipkan bagaimana Rania berbusana dengan unsur-unsur budaya. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menganalisis strategi yang digunakan pada akun @raniaayamin dalam upaya mengenalkan budaya kepada audiensnya. Berikut adalah hasil data *cross tabulation* sebagai acuan analisis pemilihan *strategy of content* yang dilakukan oleh akun @raniaayamin.

**Tabel 11. Strategies Coder 1 \* Strategies Coder 2 Cross Tabulation**

Instagram		Coder 2			Total
		Identity	Conversation	Sharing	
Coder 1	Identity	<b>16</b>	1	5	22
	Conversation	0	<b>1</b>	3	4
	Sharing	0	0	<b>74</b>	74
Total		16	2	82	100

Tiktok	Coder 2		Total		
	Identity	Sharing	Identity	Sharing	
	Conversation				
Coder	Identity	25	1	1	27
2	Conversation	0	10	2	12
	Sharing	0	1	19	20
Total		25	12	22	59

Berdasarkan tabel 11. di atas menunjukkan bahwa lebih dari 70% konten pada Instagram @raniaayamin menggunakan strategi *sharing*. Terdapat 74 unggahan yang menggunakan pendekatan *sharing*, Sementara itu, platform Tiktok memiliki perbedaan dengan Instagram. Terdapat 25 unggahan pada Tiktok @raniaayamin menggunakan strategi *identity*. Hal tersebut menunjukkan terdapat perbedaan strategi yang digunakan pada platform Instagram dan Tiktok @raniaayamin.

Rania menggunakan pendekatan *sharing* pada Instagramnya sebagai upaya untuk terus berkomunikasi dengan audiensnya. Unggahan pada Instagram Rania cenderung menunjukkan keseharian dan aktivitas yang sedang dilakukan. Upaya tersebut yang dilakukan untuk tetap menjaga kehangatannya dengan audiens. Sementara itu, konten pada Tiktok yang cenderung berbentuk video memberikan Rania kesempatan untuk lebih menceritakan mengenai dirinya baik secara silsilah keluarga hingga adat dan kekhasan pada keturunan Mangkunegaran membuat audiens secara tidak langsung teredukasi mengenai sejarah, budaya, nilai-nilai, bahkan kehidupan keluarga Mangkunegaran dan kekhasan Solo. Meski demikian, perbedaan tersebut dapat menjadi peluang dalam mengimplementasikan strategi bermedia sosial agar pesan dapat tersampaikan tepat sasaran kepada audiens.

### Analisis Konten Sebagai Peluang Konten Kedepannya

Peneliti melakukan analisis konten pada Instagram dan Tiktok @raniaayamin sebagai upaya memahami karakteristik konten yang dapat menjadi peluang dalam melakukan kampanye mengenai budaya ke depannya. Berikut adalah uraian mengenai analisis konten berdasarkan *coding sheet* sebelumnya.

#### 1. Category of content

Platform ini memberikan ruang cukup untuk ekspresi *content creator* dalam membicarakan aspek pekerjaan mereka dan juga kehidupan sehari-hari. Perbedaan ini mencerminkan seimbangannya minat dan preferensi pengguna Instagram terhadap kedua aspek tersebut.



**Gambar 1.** Contoh unggahan pada Instagram @raniaayamin

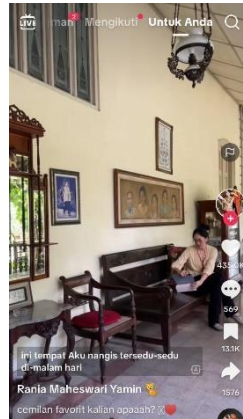
Dalam kedua kategori terlihat caption sangatlah singkat dengan beberapa emoji tanpa adanya hashtag. Pengguna usia muda cenderung lebih kuat dalam mengidentifikasi diri dengan alasan penggunaan emoji, seperti membantu mereka mengekspresikan perasaan, memperkuat konten pesan, atau bahkan melembutkan nada pesan (Cavalheiro, Rodrigues dan Prada, 2023). Penggunaan emoji menambah dimensi komunikatif yang terlihat lebih ekspresif dan berhubungan dengan audiens secara lebih efektif. Dengan caption yang singkat, mereka dapat lebih fokus pada konten visual atau foto, yang akan sangat efektif untuk mempengaruhi audiens, terlebih lagi fokus Rania adalah mempopulerkan penggunaan baju adat.



**Gambar 2.** Contoh unggahan konten kategori personal pada TikTok Penggunaan narasi dan *storytelling* dalam konten TikTok Rania merupakan cara yang sangat positif untuk membangun citra yang kuat dan menarik. Kontennya tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih mendalam kepada audiens, yang dapat meningkatkan daya tarik dan kesan positif terhadap citra Rania dan kecintaannya akan kebudayaan yang ia ingin bagikan. **2. Themes of Content**



**Gambar 3.** Contoh unggahan konten elemen *symbolic behaviour* pada Instagram Themes yang dominan digunakan dalam konten unggahan pada platform Instagram @raniaayamin adalah *symbolic behavior*. Seperti pada gambar berikut, konten unggahan @raniaayamin memperlihatkan kehidupan sehari-harinya, yang tetap memasukkan elemen budaya simbolik dalam berpakaian. Pakaian yang dikenakan oleh @raniaayamin juga secara sengaja tidak sepenuhnya sesuai dengan norma dan *value* budaya yang bersangkutan, namun dipadupadankan dengan gaya berpakaian modern (Godfrey-Smith, 2014). *Caption* yang bertuliskan “*I danced for my dinner, spread kisses like honey*” tidak mengandung simbolik budaya manapun dan sebagai bentuk estetika.



**Gambar 4.** Contoh unggahan konten elemen *symbolic behaviour* pada Tiktok

Sama halnya dengan Instagram, *themes* yang dominan digunakan dalam konten unggahan pada platform Tiktok @raniaayamin adalah *symbolic behavior*. Berdasarkan video yang diunggah sesuai gambar di atas, @raniaayamin menceritakan kehidupan kesehariannya, seperti tempat tinggal, buku favorit, kegiatan yang dilakukan, dan ketertarikannya terhadap kebaya untuk kegiatan biasa atau non-formal, yang juga tetap memasukkan elemen budaya simbolik di dalamnya yang secara sengaja tidak sepenuhnya sesuai dengan norma dan *value* budaya yang bersangkutan.

Berdasarkan hasil analisis *themes of content* pada platform Instagram dan Tiktok @raniaayamin dapat dipahami bahwa, baik pada platform Instagram dan Tiktok, konten pada unggahan @raniaayamin cenderung menggunakan elemen budaya *symbolic behavior*. @raniaayamin menggunakan budaya yang tidak wajib dalam keseharian dan melibatkan penggunaan simbol (*sign*) atau representasi.

### 3. Strategy of Content

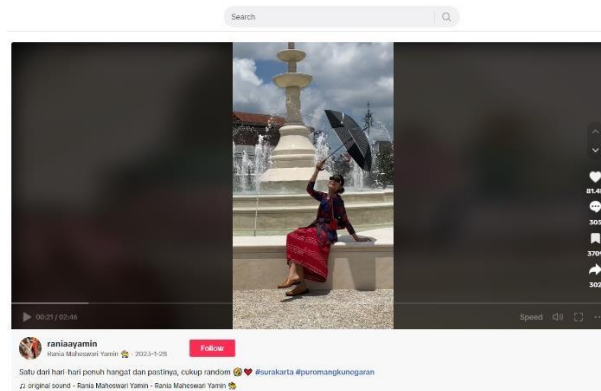
Platform Instagram dan TikTok, akun @raniaayamin fokus pada visual yang estetik dan beragam, akun ini menunjukkan betapa efektifnya media sosial dalam mendorong audiens untuk berpartisipasi lebih bangga berbudaya, salah satunya melalui tren fashion.



(contoh konten dengan strategi sharing)

Dalam strategi pemasaran media sosial Instagram, berbagi adalah sejauh mana konsumen mendistribusikan dan menerima konten seperti penawaran belanja, video, gambar, musik, lokasi, dan karier melalui aspek visual. Instagram menekankan estetika visual, kontennya didominasi oleh elemen-elemen visual dengan tujuan untuk berbagi pengalaman dan momen keseharian. Elemen visual dari sebuah konten Instagram cenderung lebih kuat untuk

memperoleh tanggapan konsumen daripada elemen verbal dari konten tersebut (Kusumasondjaja, 2021).



(contoh konten dengan strategi identity)

Rania secara aktif menggunakan platform Tiktok untuk menceritakan sebagian besar aspek kesehariannya, kehidupan keluarganya, dan berbagai pengalaman pribadinya. Pendekatan ini memungkinkan Rania untuk membangun identitas yang lebih dekat dan personal dengan audiensnya melalui platform yang lebih terfokus pada cerita dan ekspresi diri. Dengan berbagi kisah pribadi dan kreatif, Rania dapat memberikan sentuhan memikat membangun hubungan yang lebih dekat dan pribadi dengan audiensnya.

### Kesimpulan

Secara keseluruhan, analisis konten @raniaayamin di Instagram dan Tiktok menunjukkan keberhasilannya dalam memanfaatkan estetika dan fokus fashion untuk memasarkan tren. Keharmonisan gaya antara konten personal dan pekerjaan, serta penggunaan caption singkat dengan emoji, efektif meningkatkan keterlibatan, khususnya dengan audiens muda. Sementara Instagram menonjolkan pendekatan "Sharing" dengan estetika visual sebagai kunci, Tiktok lebih menekankan aspek "identity" dan storytelling, memungkinkan Rania untuk membangun citra yang lebih dekat dan personal. Analisis tema konten juga mengungkapkan penggunaan symbolic behavior dalam menyampaikan pesan budaya yang memberikan keunikan pada kontennya. Dengan demikian, strategi pemasaran media sosial yang dijalankan Rania di kedua platform ini berhasil menciptakan daya tarik, menghibur, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens, sambil memperkaya pemahaman budaya.

### Ucapan terima kasih

Dengan tuntasnya penyusunan artikel ilmiah ini, kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah turut serta dalam proses penulisan ini. Berikut adalah ungkapan terima kasih kami:

1. Terima kasih kepada Universitas Mahasaraswati Denpasar melalui UKM Kelompok Ilmiah Mahasiswa yang telah merancang dan melaksanakan Program Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR). Program ini tidak hanya memberikan kesempatan berharga bagi kami sebagai mahasiswa untuk belajar, tetapi juga menjadi landasan penting dalam pengembangan pengetahuan dan keterampilan kami.

2. Terima kasih kepada Universitas Pendidikan Indonesia atas bantuan dan dukungan luar biasa mereka dalam penelitian ini. Keterlibatan Universitas telah menjadi kontribusi besar terhadap keberhasilan kami.
3. Terima kasih kepada Alwan Husni Ramdani, M.I.Kom., selaku dosen pendamping. Bimbingan dan evaluasi dari Beliau telah menjadi poin utama dalam penyelesaian progres artikel ilmiah ini.
4. Terima kasih juga kami sampaikan kepada rekan-rekan sejawat yang memberikan dukungan dan masukan sehingga artikel ini tersusun dengan baik. Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan artikel ilmiah ini.

Kami berharap artikel ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi kepada para pembaca serta khalayak luas, serta menjadi sumbangan dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

### Daftar Pustaka

- Bao, Xuemin dan Yu, Shengnan. 2018. Research on New Media Protection for Intangible Cultural Heritage from the Perspective of Communication. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 283.
- Cavalheiro, Bernardo P.; Rodrigues, David L.; Prada, Marília. 2023. Who (and with whom) uses more emoji? Exploring individual, relational, and motivational characteristics driving emoji use. *Telematics and Informatics*. [Volume 83. https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.102023](https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.102023)
- Cheung, M. L.; Leung, Wilson K. S.; Aw E. C.; Koay, K. Y. 2022. "I follow what you post!": The role of social media influencers' content characteristics in consumers' online brand-related activities (COBRAs). *Journal of Retailing and Consumer Services*. Vol. 66. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102940>
- Greenfield, Savannah, "When Beauty is the Beast: The Effects of Beauty Propaganda on Female Consumers" (2018). Theses/Capstones/Creative Projects. 20. University of Nebraska.
- Jung JM, Min KS, Schiele KR, Kim A, Hu J, et al. 2022. Cross-Cultural Differences in Social Media Use: Implications for International Social Media Marketing Strategy. In *The SAGE Handbook of Social Media Marketing*, eds. A Hanlon, T Tuten, pp. 30–57
- Kusumasondjaja, Sony. 2021. Building Social Media Engagement on Instagram by Using Visual Aesthetics and Message Orientation Strategy: A Content Analysis on Instagram Content of Indonesia Tourism Destinations. *Journal of International Conference Proceedings (JICP)* Vol. 4 No. 3, 129-138.
- Louise H. 2021. The Culture: Characteristics and its Elements. *Global Journal of Sociology and Anthropology*. 10(3):1–2
- Mutalibovna, Aminova Manzura. 2020. The Impact Of Globalization On National Culture And Its Protection Problems. *International Journal on Integrated Education*. Volume 3, Issue XII



- Nurhasanah, L., Siburian, B. P., Fitriana, J. A. 2021. Pengaruh Globalisasi Terhadap Minat Generasi Muda Dalam Melestarikan Kesenian Tradisional Indonesia. *Jurnal Global Citizen : Jurnal Ilmiah Kajian Pendidikan Kewarganegaraan*. Vol. 10 No. 2.  
DOI: <https://doi.org/10.33061/jgz.v10i2.5616>
- Paksi, Y. R., Muhajir, M. V., Avega, A. C., & Indarwati, T. A. (2021). *Characteristics of Instagram Advertising and Intensity of Followers Viewing Advertising Content or Instagram Posts on Purchase Intentions*. 1(3), 284– 287.
- Russo, Angelina. (2011). Transformations in Cultural Communication: Social Media, Cultural Exchange, and Creative Connections. *Curator: The Museum Journal*, 54(3), 327–346. doi:10.1111/j.2151-6952.2011.00095.x
- Shute, Ben. 2017. Why Social Media Stories Matter. <https://www.socialmediatoday.com/marketing/why-social-media-storiesmatter> (web)
- Stefanie. 2022. Jawasentrisme: Kurangnya Representasi Keberagaman yang Baik pada Media di Indonesia? URL: <https://www.kompasiana.com/stefaniepng/6268e481ef62f6056c0d6f63/jawasentrisme-kurangnya-representasi-keberagaman-yang-baik-pada-media-diindonesia>
- Stemler S. 2001. An Overview of Content analysis. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*. 7(17):1–4
- Tafesse, W., & Wien, A. (2017). A framework for categorizing social media posts. *Cogent Business and Management*, 4(1).  
<https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1284390>
- Wening, S., Diah, P., & Kusumadewi, A. (2021). *TREN BERKAIN GENERASI Z : PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI*. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 18(1).