JASIMA: JURNAL KOMUNIKASI KORPORASI DAN MEDIA
Vol. VII, No. 2, Desember 2026 | E-ISSN: 2723-0562

Representasi Busana Tradisional dalam Konten Promosi Wisata di Instagram

Representation of Traditional Clothing in Tourism Promotion Content on Instagram

Hashifah Royya[1], Novyra Alysva[2], Faiza Elkhairani[3]
Universitas Negeri Padang, Kota Padang, Indonesia[1]
Universitas Negeri Padang, Kota Padang, Indonesia[2]
Universitas Negeri Padang, Kota Padang, Indonesia[3]

Riwayat Artikel : Submission 29/06/2026, **Revision** 08/11/2026, **Accepted** 09/11/2026

Abstrak

Representasi busana tradisional dalam promosi pariwisata digital menjadi isu penting karena berkaitan dengan pelestarian identitas budaya di tengah dominasi media sosial. Penelitian ini bertujuan menganalisis representasi busana tradisional Indonesia dalam konten Instagram resmi pemerintah, @wonderfulindonesia dan @pesona.indonesia, serta mengungkap makna budaya yang dibangun melalui representasi tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis semiotika visual Roland Barthes dan analisis wacana kritis Norman Fairclough. Data diperoleh melalui observasi sistematis terhadap unggahan yang dipublikasikan selama periode Mei 2025 hingga April 2026. Hasil penelitian menunjukkan tiga pola representasi utama, yaitu Karnaval dan Festival, Pentas Seni dan Tari Kolosal, serta Budaya sebagai Gaya Hidup. Temuan juga memperlihatkan adanya paradoks dalam komunikasi pariwisata digital pemerintah yang berupaya mempromosikan sekaligus melestarikan budaya, tetapi dipengaruhi oleh algoritma media sosial yang mengutamakan estetika visual dan keterlibatan pengguna. Kondisi tersebut menyebabkan busana tradisional lebih sering ditampilkan sebagai komoditas visual dalam ruang *hyperreality*, sementara makna historis, filosofis, dan kesakralannya kurang mendapat perhatian. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi pariwisata yang mampu menyeimbangkan daya tarik visual dengan penyampaian nilai budaya sehingga promosi digital tetap mendukung pelestarian identitas budaya Indonesia.

Kata kunci: busana tradisional[1], representasi budaya[2], pariwisata digital[3], Instagram[4], semiotika visual[5]

Abstract

The representation of traditional clothing in digital tourism promotion has become an important issue due to its close relationship with the preservation of cultural identity in the era of social media. This study aims to examine how Indonesian traditional clothing is represented in tourism content published by the official government Instagram accounts, @wonderfulindonesia and @pesona.indonesia, and to explore the cultural meanings constructed through these representations. This research employed a descriptive qualitative approach using Roland Barthes' visual semiotics and Norman Fairclough's critical discourse analysis. Data were collected through systematic observation of Instagram posts published between May 2025 and April 2026. The findings reveal

three dominant patterns of representation: Carnivals and Festivals, Performing Arts and Mass Traditional Dances, and Culture as a Lifestyle. The study also identifies a paradox in government digital tourism communication, where efforts to promote and preserve culture coexist with the influence of social media algorithms that prioritize visual aesthetics and user engagement. Consequently, traditional clothing is more frequently presented as a visual commodity within a space of hyperreality, while its historical, philosophical, and sacred values receive limited attention. The study highlights the importance of developing tourism communication strategies that balance visual appeal with meaningful cultural narratives to support the preservation of Indonesia's cultural identity.
Keywords: *traditional clothing[1], cultural representation[2], digital tourism[3], Instagram[4], visual semiotics[5].*

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu negara dengan kekayaan budaya yang melimpah, Indonesia memiliki beragam tradisi dan warisan budaya yang tersebar di berbagai daerah. Salah satu wujud kekayaan tersebut tampak pada busana tradisional yang dimiliki oleh ratusan suku bangsa di seluruh kepulauan nusantara. Setiap daerah memiliki pakaian adat yang khas, seperti batik dari Jawa, ulos dari Batak, songket dari Minangkabau, tenun ikat dari Flores, dan baju bodo dari Bugis. Keberadaan busana tradisional tidak semata-mata dimaksudkan sebagai penutup tubuh, tetapi juga menjadi representasi identitas budaya yang sarat akan nilai historis, makna filosofis, dan kearifan lokal yang dipertahankan melalui proses pewarisan antargenerasi.

Keragaman busana tradisional tersebut tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial yang melahirkannya. Setiap motif, warna, dan tata cara pemakaian busana adat umumnya terkait erat dengan struktur kemasyarakatan, siklus hidup, maupun praktik keagamaan dan ritual di daerah asalnya. Busana yang dikenakan dalam upacara pernikahan, misalnya, sering kali berbeda dari busana yang dikenakan dalam upacara kematian atau perayaan panen, karena masing-masing peristiwa membawa muatan simbolis tersendiri yang diwariskan turun-temurun oleh masyarakat pendukungnya. Kompleksitas makna inilah yang menjadikan busana tradisional sebagai objek kajian yang relevan ketika dihadapkan pada logika representasi media sosial yang serba cepat dan visual.

Seiring perkembangan zaman, busana tradisional tidak lagi terbatas pada penggunaan dalam upacara adat, melainkan juga hadir dalam konteks yang lebih luas, termasuk sebagai daya tarik dalam promosi pariwisata. Pariwisata budaya yang menampilkan busana tradisional semakin masif dipromosikan melalui platform media sosial. Fenomena ini menarik untuk dikaji karena terdapat kontradiksi mendasar: di satu sisi, busana tradisional merupakan artefak budaya yang sarat makna, sementara di sisi lain ia dimanfaatkan sebagai instrumen komersial untuk menarik wisatawan.

Kontradiksi serupa juga ditemukan pada komodifikasi kesenian tradisional di Jawa Tengah, ketika kesenian yang sebelumnya menjadi bagian dari pengetahuan serta kearifan lokal masyarakat pendukungnya kemudian beralih fungsi sebagai komoditas budaya yang dipasarkan melalui industri pariwisata. (Irianto, 2016).

Di antara berbagai platform media sosial yang tersedia, penelitian ini memilih Instagram sebagai objek kajian dengan beberapa pertimbangan. Pertama, Instagram merupakan platform berbasis visual sehingga memungkinkan analisis mendalam atas detail visual busana, seperti motif, warna, dan tekstur kain, sejalan dengan karakteristik Instagram sebagai medium yang berfokus pada foto dan video yang membuatnya unggul dalam dokumentasi serta pembangunan citra destinasi wisata (Rahmawati dkk., 2024). Kedua, konten Instagram umumnya diproduksi secara lebih terencana dibandingkan platform berbasis tren sesaat, sehingga lebih representatif untuk dianalisis sebagai praktik kurasi visual yang disengaja (Wibowo dkk., 2025). Ketiga, Instagram relatif lebih mudah digunakan untuk membedakan antara konten budaya yang bersifat dokumentatif dan konten yang secara eksplisit berorientasi komersial, karena akun resmi pariwisata umumnya menempatkan konten budaya sebagai bagian dari strategi citra destinasi yang konsisten (Nurahma & Fikri, 2025).

Secara spesifik, penelitian ini berfokus pada dua akun Instagram pariwisata resmi pemerintah Indonesia, yakni @wonderfulindonesia dan @pesona.indonesia. Kedua akun tersebut dipilih karena merupakan kanal promosi wisata utama pemerintah yang secara konsisten memproduksi konten bermuatan budaya, termasuk busana tradisional, dengan jangkauan audiens yang sangat luas. Corpus penelitian ini dibatasi pada unggahan yang dipublikasikan selama satu tahun terakhir, yaitu periode Mei 2025 hingga April 2026, guna memastikan relevansi dan aktualitas data yang dianalisis.

Kajian mengenai representasi budaya dalam konten pariwisata di media sosial sesungguhnya telah berkembang dari berbagai sudut pandang. Pada level representasi visual, kajian terhadap akun heritage tourism di Surabaya menunjukkan bahwa konten Instagram cenderung didominasi oleh estetisasi bangunan kolonial dan meminggirkan aspek budaya lain yang tidak berasal dari era tersebut (Rahmawati dkk., 2024). Pada level fenomena *instagrammable tourism*, ditemukan bahwa estetika digital dan algoritma platform mendorong destinasi menampilkan diri secara visual menonjol, sekalipun hal itu berisiko menghasilkan *hyperreality* yang berjarak dari kondisi nyata di lapangan (Wibowo dkk., 2025). Pada level komodifikasi, kajian terhadap kesenian tradisional di Jawa Tengah memperlihatkan bahwa tuntutan industri pariwisata mengubah kesenian dari identitas kultural menjadi komoditas hiburan yang harus

mengikuti aturan pasar (Irianto, 2016). Pada level representasi identitas lokal, kajian terhadap akun @kuantanesia menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai *cultural intermediary* yang merekonstruksi identitas budaya melalui estetika visual dan logika algoritmik, sekaligus membawa risiko bias estetika dan homogenisasi suara (Fz dkk., 2026). Pada level strategi konten destinasi wisata desa, kajian terhadap akun @desa_kemiren memperlihatkan bahwa konten visual yang konsisten dan tertata dapat membangun citra pariwisata yang positif (Nurahma & Fikri, 2025). Pada level keberlanjutan sosial, kajian literatur mengenai komodifikasi budaya dalam media menegaskan bahwa proses ini membawa dampak ganda: mendorong pertumbuhan ekonomi dan visibilitas global di satu sisi, tetapi berisiko mengikis keaslian budaya dan memicu homogenisasi identitas lokal di sisi lain (Hermayani dkk., 2025).

Keenam penelitian terdahulu telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkaya kajian mengenai representasi budaya. Namun demikian, masih terdapat ruang penelitian yang belum banyak dikaji. Fokus penelitian sebelumnya umumnya diarahkan pada representasi budaya di kawasan warisan budaya, desa wisata, serta berbagai bentuk seni pertunjukan. (Rahmawati dkk., 2024; Irianto, 2016; Fz dkk., 2026; Nurahma & Fikri, 2025), atau membahas komodifikasi budaya secara literatur tanpa menelaah satu jenis artefak budaya secara spesifik dan sistematis (Wibowo dkk., 2025; Hermayani dkk., 2025). Penelitian yang secara spesifik menelaah representasi busana tradisional pada akun resmi pariwisata pemerintah di Instagram, serta ketegangannya dengan kepentingan komersial, masih sangat terbatas. Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan kerangka representasi visual dan komodifikasi budaya tersebut secara terpadu untuk menelaah bagaimana makna busana tradisional dikonstruksi dan bagaimana kepentingan komersial beroperasi di balik representasi tersebut pada akun @wonderfulindonesia dan @pesona.indonesia.

Pemilihan akun @wonderfulindonesia dan @pesona.indonesia sebagai objek kajian juga didasarkan pada posisi keduanya sebagai akun resmi yang merepresentasikan kepentingan negara, sehingga pola representasi yang muncul pada akun tersebut idealnya mencerminkan tanggung jawab institusional dalam menjaga keaslian budaya, bukan sekadar mengikuti logika pasar sebagaimana lazim terjadi pada akun-akun komersial murni. Posisi ganda ini penting untuk dicermati karena, sebagaimana ditegaskan dalam kajian komodifikasi budaya dalam media, dominasi kekuasaan dalam sistem produksi media memengaruhi pemilihan narasi budaya, sehingga sebagian budaya lebih sering ditampilkan, sedangkan budaya lainnya berada di posisi yang terpinggirkan, sehingga representasi pada akun resmi pemerintah sekalipun tidak dapat diasumsikan

otomatis netral atau mewakili kepentingan komunitas budaya yang direpresentasikannya (Hermayani dkk., 2025).

1. Busana Tradisional Sebagai Artefak Budaya

Busana tradisional merupakan salah satu bentuk budaya material yang paling mudah diamati. Sebagaimana ditunjukkan dalam kajian kesenian tradisional di Jawa Tengah, artefak budaya seperti pakaian adat dan kesenian pertunjukan pada mulanya merupakan subjek pengetahuan, kebijakan, dan kearifan lokal masyarakat pendukungnya, yang menyimpan pesan kultural berupa gagasan, abstraksi, sikap, kepercayaan, dan pengalaman masyarakat penciptanya (Irianto, 2016). Busana tradisional di Indonesia menjadi penanda identitas kesukuan dan kedaerahan yang signifikan, sebagaimana representasi budaya Pacu Jalur yang selama ini menjadi simbol identitas masyarakat Kuantan Singingi dan terus direproduksi melalui medium yang relevan dengan zamannya (Fz dkk., 2026).

2. Representasi Budaya dalam Media Sosial

Representasi adalah cara suatu medium menggambarkan sesuatu, dan dalam konteks Instagram, gambar destinasi maupun budaya yang tersebar tidak dapat dipandang sebagai dokumentasi objektif, melainkan hasil seleksi, editing, dan narasi yang melibatkan preferensi subjektif pembuat konten (Wibowo dkk., 2025). Identitas budaya yang tampak di Instagram merupakan konstruksi sosial yang bersifat dinamis, dibentuk melalui pilihan-pilihan visual yang disesuaikan dengan ekspektasi algoritma dan selera *audiens*, bukan representasi tradisi yang statis (Fz dkk., 2026). Algoritma yang digunakan Instagram cenderung memberikan prioritas pada konten dengan tampilan visual yang menarik serta tingkat *engagement* yang tinggi, sehingga penyebaran konten menjadi tidak merata karena hanya visual tertentu yang memperoleh jangkauan lebih luas. (Wibowo dkk., 2025). Temuan pada kajian representasi situs warisan di Surabaya memperlihatkan bahwa penekanan terhadap keindahan visual arsitektur kolonial membuat warisan dari masa tersebut lebih diposisikan sebagai simbol utama *heritage*. Sebaliknya, aspek budaya yang berasal dari periode nonkolonial cenderung kurang ditampilkan dalam representasi yang dibangun. (Rahmawati dkk., 2024).

3. Pariwisata Budaya dan Komodifikasi di Media Digital

Media sosial telah mengubah cara promosi pariwisata budaya secara fundamental. Konten visual yang konsisten, estetis, dan tertata rapi pada akun resmi destinasi wisata terbukti mampu membangun citra pariwisata yang positif di benak *audiens* (Nurahma & Fikri, 2025). Namun demikian, transformasi ini

tidak terlepas dari persoalan komodifikasi, yakni upaya mengomersialkan unsur budaya demi memperoleh keuntungan ekonomi sering kali berdampak pada memudarnya makna asli yang melekat pada budaya tersebut (Hermayani dkk., 2025). Proses komodifikasi budaya menghasilkan pengaruh yang bersifat dua arah. Salah satu dampak positifnya ialah mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan keterlihatan budaya di kancah global, namun pada sisi lain berisiko menghasilkan homogenisasi identitas lokal dan kehilangan keaslian (Hermayani dkk., 2025; Wibowo dkk., 2025). Dalam konteks kesenian tradisional, kondisi ini melahirkan konsep pseudo *traditional art*, yakni strategi membuat tiruan dari bentuk asli kesenian dengan menghilangkan nilai kesakralannya demi memenuhi tuntutan industri pariwisata tanpa harus memarjinalkan kearifan lokal masyarakat pendukungnya (Irianto, 2016). Estetisasi destinasi secara berlebihan juga berpotensi menciptakan *hyperreality*, yaitu simulasi yang justru dianggap lebih nyata daripada kenyataannya, sehingga wisatawan datang dengan ekspektasi yang dibentuk oleh citra digital, bukan oleh pengalaman budaya yang autentik (Wibowo dkk., 2025).

METODE

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan desain deskriptif. Pemilihan pendekatan tersebut didasarkan pada tujuan penelitian yang tidak berorientasi pada pengujian atau pengukuran variabel secara kuantitatif, melainkan berfokus pada penafsiran terhadap makna yang dibangun melalui representasi busana tradisional dalam konten promosi wisata di Instagram. Pendekatan deskriptif-kualitatif semacam ini telah digunakan secara konsisten dalam kajian representasi budaya pada konten media sosial, baik dalam menelaah representasi visual situs warisan (Rahmawati dkk., 2024) maupun strategi konten destinasi wisata berbasis komunitas (Nurahma & Fikri, 2025).

2. Objek dan Korpus Penelitian

Objek penelitian ini adalah konten promosi wisata yang menampilkan busana tradisional Indonesia pada akun Instagram resmi pemerintah @wonderfulindonesia dan @pesona.indonesia. Sebanyak 23 unggahan dipilih secara purposif dari dua akun tersebut, dengan kriteria sebagai berikut: (1) diunggah dalam rentang Mei 2025 hingga April 2026; (2) menampilkan busana tradisional sebagai elemen visual utama dalam foto; dan (3) mendapatkan minimal 250 tanda suka atau 50 komentar sebagai indikator keterlibatan *audiens*. Penetapan jumlah sampel sebanyak 23 unggahan ini merujuk pada praktik pengambilan sampel sistematis terhadap unggahan teratas yang juga diterapkan

dalam kajian representasi *heritage tourism* pada *hashtag* tertentu di Instagram (Rahmawati dkk., 2024).

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memperoleh data dengan melakukan observasi secara terstruktur terhadap unggahan di Instagram yang sesuai dengan kriteria pemilihan data penelitian. Setiap konten didokumentasikan secara lengkap, mencakup tangkapan layar foto, teks keterangan (*caption*) beserta tagar yang digunakan, data jumlah tanda suka dan komentar, serta informasi mengenai akun yang mempublikasikannya. Sebagai data sekunder, komentar dari pengguna lain pada setiap unggahan juga dikumpulkan untuk menelaah bagaimana *audiens* merespons representasi busana tradisional yang ditampilkan, sebagaimana strategi pengumpulan data berbasis observasi konten dan penelusuran interaksi digital yang juga digunakan dalam kajian representasi budaya tradisional pada akun @kuantanesia (Fz dkk., 2026).

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dalam tiga tahap yang bersifat sekuensial. Tahap pertama adalah analisis konten dan visual, yakni membaca setiap foto untuk mengidentifikasi pola dominan dalam komposisi, latar, dan pose, mengikuti logika analisis konten tematik yang diterapkan terhadap unggahan-unggahan teratas pada akun pariwisata di Instagram (Rahmawati dkk., 2024; Nurahma & Fikri, 2025). Tahap kedua adalah analisis wacana pada teks *caption* dan tagar untuk mengidentifikasi cara penutur membingkai makna, nilai yang ditonjolkan atau disembunyikan, serta otoritas pihak yang merepresentasikan busana tersebut. Tahap ketiga adalah sintesis, yakni mengintegrasikan hasil kedua analisis untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang ketegangan antara identitas budaya dan daya tarik komersial, sejalan dengan kerangka komodifikasi budaya yang menegaskan perlunya membaca representasi media secara kritis untuk memahami kepentingan ekonomi yang melatarinya (Hermayani dkk., 2025; Irianto, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Representasi Busana Tradisional di Instagram

Sebelum menguraikan ketiga pola secara rinci, Tabel ini memperlihatkan bahwa ketiga pola representasi tidak berdiri secara terpisah, melainkan saling melengkapi dalam satu unggahan. Satu konten dapat secara bersamaan menampilkan busana tradisional sebagai bagian dari festival budaya, menghadirkan unsur pertunjukan seni atau tari kolosal, serta memperlihatkan budaya sebagai bagian dari aktivitas masyarakat sehari-hari. Temuan tersebut

menunjukkan bahwa representasi busana tradisional pada akun @wonderfulindonesia dan @pesona.indonesia dibangun melalui perpaduan berbagai unsur budaya untuk menghasilkan konten yang menarik sekaligus memperkuat citra pariwisata Indonesia.

Tabel 1: Distribusi Pola Representasi Busana Tradisional pada Akun @wonderfulindonesia dan @pesona.indonesia (n = 23)

Sumber: Hasil observasi dan analisis konten peneliti, 2026.

Pola Representasi	Jumlah Konten	Persentase	Indikator Utama
Karnaval & Festival	10	43,5%	Penggunaan kostum berukuran besar, aksesoris kepala yang dominan, dan fokus pada kemegahan visual
Pentas Seni & Tari Kolosal	7	30,4%	Busana tari standar, fokus pada gerakan tubuh, harmoni kelompok, dan latar panggung/ruang terbuka
Budaya sebagai Gaya Hidup	6	26,1%	Interaksi santai, nuansa "*healing*", penggunaan gawai, dan pendekatan kasual terhadap tradisi

1. Karnaval & Festival: Busana sebagai Kemegahan Visual

Hasil analisis menunjukkan bahwa representasi busana tradisional paling banyak muncul dalam kategori Karnaval & Festival. Dari total 23 unggahan yang dianalisis pada akun @wonderfulindonesia dan @pesona.indonesia, terdapat 10 unggahan (43,5%) yang menampilkan busana tradisional sebagai bagian dari parade budaya, festival, atau perayaan berskala besar. Representasi tersebut umumnya ditandai dengan penggunaan kostum berukuran besar, hiasan kepala yang mencolok, serta penyajian visual yang menekankan kemegahan dan kemeriahan suasana. Penyajian semacam ini memperlihatkan bahwa busana tradisional lebih banyak diposisikan sebagai simbol identitas kolektif yang ditampilkan di ruang publik melalui perayaan budaya. Kecenderungan tersebut

selaras dengan hasil penelitian mengenai representasi heritage tourism di Surabaya yang menunjukkan bahwa konten Instagram lebih sering menonjolkan sisi budaya yang paling atraktif secara visual. Sebaliknya, unsur-unsur budaya yang memiliki makna lebih mendalam justru memperoleh ruang representasi yang lebih terbatas. (Rahmawati dkk., 2024).

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa konten bertema Karnaval & Festival lebih banyak dipilih sebagai sarana untuk menampilkan busana tradisional pada kedua akun Instagram tersebut. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa pengelola konten lebih mengutamakan peristiwa budaya yang bersifat meriah dan atraktif karena dinilai lebih mudah menarik perhatian serta dipahami oleh khalayak yang lebih luas. Pola penyajian tersebut berpotensi membentuk kondisi yang dalam kajian *instagrammable tourism* dikenal sebagai *hyperreality*, yaitu representasi visual yang telah melalui proses pemilihan, penyuntingan, dan penguatan unsur estetika sehingga menghadirkan realitas yang tampak lebih meyakinkan dibandingkan keadaan sebenarnya (Wibowo dkk., 2025). Selain itu, kecenderungan tersebut juga dipengaruhi oleh mekanisme algoritma media sosial yang memberikan jangkauan lebih besar kepada konten dengan kualitas visual yang menarik dan tingkat interaksi pengguna yang tinggi. Oleh karena itu, konten yang menjadi viral belum tentu mencerminkan kekayaan budaya secara representatif, melainkan lebih menunjukkan kesesuaiannya dengan preferensi estetika yang dibangun oleh sistem algoritma. (Wibowo dkk., 2025).

2. Pentas Seni & Tari Kolosal: Busana dalam Bingkai Pertunjukan

Pola kedua yang teridentifikasi adalah Pentas Seni & Tari Kolosal. Sebanyak 7 dari 23 konten (30,4%) pada kedua akun menampilkan busana tradisional dalam konteks pertunjukan seni dan tari yang melibatkan banyak penari secara bersamaan. Konten dalam kategori ini ditandai oleh penggunaan busana tari standar yang seragam, fokus visual pada gerakan tubuh para penari, harmoni kelompok, serta latar belakang berupa panggung pertunjukan atau ruang terbuka yang dimanfaatkan sebagai arena seni. Representasi busana dalam konteks ini cenderung menonjolkan dimensi performatif dan kolektif dari tradisi, sehingga busana berfungsi sebagai pelengkap dari narasi pertunjukan yang lebih besar. Pola semacam ini sejalan dengan temuan dalam kajian komodifikasi kesenian tradisional, bahwa popularitas suatu artefak budaya sebagai bentuk pertunjukan publik mendorongnya menjadi lebih dikenal sebagai hiburan ketimbang sebagai prosesi yang bermakna ritual maupun historis (Irianto, 2016).

Secara kritis, konten Pentas Seni & Tari Kolosal hampir tidak pernah disertai penjelasan mengenai makna filosofis gerakan tari atau simbolisme

busana yang dikenakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa representasi busana dalam konteks pertunjukan kolosal cenderung mereduksi nilai budaya menjadi tontonan visual semata, sebagaimana ditemukan dalam kajian representasi budaya di media sosial yang menegaskan bahwa tekanan algoritma mendorong konten ke arah estetika yang mengutamakan daya tarik visual daripada kedalaman makna budaya (Wibowo dkk., 2025).

3. Budaya sebagai Gaya Hidup: Tradisi dalam Keseharian Kasual

Pola ketiga adalah Budaya sebagai Gaya Hidup, yakni representasi busana tradisional dalam suasana keseharian yang santai dan tidak formal. Pola ini teridentifikasi dalam 6 dari 23 konten (26,1%) yang dianalisis. Konten dalam kategori ini dicirikan oleh interaksi yang terkesan spontan dan santai, nuansa "*healing*" atau relaksasi, penggunaan gawai sebagai properti pendamping, serta pendekatan kasual terhadap tradisi yang melepaskan busana dari konteks ritualnya. Pola ini mencerminkan kecenderungan mengintegrasikan busana tradisional ke dalam narasi gaya hidup kontemporer, sehingga tradisi direpresentasikan sebagai sesuatu yang dapat dipadukan secara fleksibel dengan keseharian modern. Kondisi ini sejalan dengan konsep komodifikasi budaya yang menjelaskan proses di mana benda budaya berubah dari subjek kearifan lokal menjadi objek yang dikonsumsi sesuai selera dan kebutuhan pasar (Irianto, 2016).

Konsep Pola Budaya sebagai Gaya Hidup sejalan dengan temuan bahwa estetika digital dimanfaatkan sebagai media *self-presentation* di *platform* media sosial. Pengguna tidak lagi sekadar mengabadikan aktivitas budaya, melainkan menempatkan diri mereka dalam latar tradisi untuk membangun narasi identitas visual yang sesuai dengan karakter komunikasi digital masa kini. (Wibowo dkk., 2025). Dalam konteks ini, busana tradisional bergeser dari artefak budaya yang sarat makna menjadi properti simbolik yang digunakan untuk membangun citra diri yang "dekat dengan tradisi" di ruang digital, namun tanpa kedalaman pemahaman terhadap nilai-nilai yang dikandungnya.

4. Variasi Representasi Antara Akun @wonderfulindonesia dan @pesona.indonesia

Meskipun ketiga pola di atas hadir pada kedua akun, terdapat variasi penekanan di antara keduanya. Pada akun @wonderfulindonesia, konten busana tradisional lebih sering ditampilkan berdampingan dengan elemen alam atau arsitektur sebagai latar, sehingga busana berfungsi melengkapi narasi destinasi secara keseluruhan, sebuah kecenderungan yang sejalan dengan temuan bahwa konten visual destinasi sering memadukan elemen budaya dengan lanskap untuk membangun citra destinasi yang utuh dan estetis (Nurahma & Fikri, 2025).

Pada akun @pesona.indonesia, busana tradisional lebih sering menjadi subjek tunggal dalam bingkai close-up yang menonjolkan detail motif dan tekstur kain, sebuah pendekatan yang lebih dekat dengan logika estetisasi objek sebagai daya tarik visual yang berdiri sendiri, sebagaimana ditemukan pada representasi arsitektur kolonial yang dijadikan fokus utama foto tanpa konteks aktivitas sosial di sekitarnya (Rahmawati dkk., 2024).

Variasi ini menunjukkan bahwa meskipun kedua akun berada di bawah payung institusional yang sama, strategi kuratorial pada level akun tetap memengaruhi cara busana tradisional dimaknai dan ditampilkan kepada audiens. Kondisi ini memperkuat argumen bahwa representasi budaya di media sosial bukan semata produk kebijakan institusional yang seragam, melainkan juga hasil negosiasi pada level pengelolaan konten harian, sebagaimana ditemukan pada pengelolaan akun @kuantanesia yang menunjukkan bahwa keputusan kurasi visual sehari-hari turut menentukan wajah budaya yang ditonjolkan kepada publik (Fz dkk., 2026).

Berdasarkan hasil analisis terhadap 23 unggahan Instagram yang berasal dari akun @wonderfulindonesia dan @pesona.indonesia, terlihat adanya pertentangan antara upaya menjaga warisan budaya dengan kepentingan promosi pariwisata untuk menarik perhatian wisatawan. Fenomena tersebut tercermin dengan jelas pada konten yang dipublikasikan oleh kedua akun resmi pemerintah tersebut. Sebagai media komunikasi milik pemerintah, kedua akun memiliki tanggung jawab untuk menampilkan budaya secara tepat serta menghormati nilai-nilai yang melekat pada setiap tradisi. Namun, tuntutan media sosial untuk memperoleh jangkauan yang luas dan tingkat interaksi yang tinggi membuat proses penyajian konten lebih berorientasi pada kekuatan visual dibandingkan penyampaian makna budaya secara mendalam. Kondisi yang serupa juga tampak pada pengelolaan akun @kuantanesia. Di satu pihak, akun tersebut mampu memperluas apresiasi masyarakat terhadap budaya melalui meningkatnya partisipasi publik dan penyebaran informasi. Akan tetapi, di pihak lain, mekanisme kolaborasi dan algoritma media sosial cenderung memberikan ruang lebih besar hanya kepada narasi tertentu, sehingga berpotensi menimbulkan bias estetika sekaligus mengurangi keberagaman representasi budaya (Fz dkk., 2026).

Paradoks ini juga tampak pada konten yang secara verbal mengklaim komitmen terhadap pelestarian budaya, namun secara visual tetap mereplikasi pola estetisasi yang mereduksi busana tradisional menjadi properti estetis semata. Komodifikasi budaya bersifat ambigu: dalam beberapa kasus ia memang berhasil memperkenalkan busana tradisional kepada audiens yang lebih luas, namun dalam kasus lain ia justru mendistorsi makna substantif busana tersebut menjadi sekadar objek visual yang dapat dikonsumsi secara cepat. Hasil ini

mendukung temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa media menjalankan fungsi yang paradoksal. Di satu sisi, media dapat berkontribusi dalam menjaga keberagaman budaya, sedangkan di sisi lain juga berpotensi melemahkannya. Kondisi tersebut ditentukan oleh bagaimana representasi budaya dibentuk serta tujuan yang mendasari proses produksi konten (Hermayani dkk., 2025).

5. Pesan dan Nilai Budaya dalam Representasi

Di balik adanya perbedaan kepentingan dalam penyajian konten, penelitian ini juga menemukan bahwa sejumlah nilai budaya tetap ditampilkan secara konsisten pada unggahan yang dianalisis. Aspek yang paling sering muncul adalah keindahan visual busana tradisional serta keterampilan yang tercermin dalam proses pembuatannya. Hampir seluruh unggahan pada akun @wonderfulindonesia dan @pesona.indonesia memperlihatkan busana tradisional sebagai karya budaya yang memiliki nilai estetika tinggi sekaligus menunjukkan kemampuan teknis para perajinnya. Penekanan terhadap kedua aspek tersebut memudahkan pesan budaya diterima oleh audiens yang berasal dari berbagai latar belakang. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa penyajian unsur budaya melalui konten visual, seperti detail kain dan busana adat dalam berbagai kegiatan budaya, mampu meningkatkan daya tarik akun pariwisata sekaligus memperluas perhatian pengguna media sosial (Nurahma & Fikri, 2025).

Berbeda dengan aspek estetika yang banyak ditampilkan, nilai-nilai filosofis dan spiritual yang menjadi bagian penting dari busana tradisional Indonesia justru jarang ditemukan dalam konten yang dianalisis. Penjelasan mengenai makna kosmologis motif batik dalam budaya Jawa, fungsi songket dalam berbagai upacara adat Minangkabau, maupun nilai spiritual yang terkandung pada kain tenun ikat dari Flores hampir tidak pernah disampaikan secara eksplisit melalui *caption* unggahan di kedua akun tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyajian konten lebih diarahkan pada unsur-unsur yang mudah menarik perhatian secara visual dibandingkan penyampaian makna budaya yang lebih mendalam. Temuan tersebut sejalan dengan pandangan bahwa produksi konten pada media yang berorientasi komersial umumnya lebih mengutamakan nilai jual dan daya tarik visual daripada menjaga keaslian serta kompleksitas makna budaya, sehingga aspek-aspek budaya yang bersifat substantif sering kali memperoleh porsi yang lebih sedikit (Hermayani dkk., 2025). Kecenderungan serupa juga terlihat pada praktik kolaborasi dan kurasi konten budaya di media sosial, yang lebih banyak difokuskan pada penciptaan konten yang menarik secara estetis daripada upaya memperkuat pelestarian nilai budaya secara komprehensif (Fz dkk., 2026).

Berkurangnya penekanan terhadap aspek spiritual dan filosofis dalam representasi busana tradisional dapat dijelaskan melalui konsep pseudo *traditional art*, yaitu praktik mengemas kembali artefak budaya agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar tanpa mengubah tampilan visualnya, tetapi mengesampingkan nilai kesakralan yang melekat pada budaya tersebut (Irianto, 2016). Fenomena ini juga terlihat pada konten promosi busana tradisional di Instagram. Sebagian besar unggahan lebih menonjolkan bentuk, warna, dan motif busana sebagai daya tarik visual, sementara penjelasan mengenai makna ritual maupun filosofi yang terkandung di dalamnya jarang disampaikan. Akibatnya, busana tradisional lebih mudah dipersepsikan sebagai objek visual yang menarik untuk dinikmati secara instan daripada sebagai warisan budaya yang memiliki makna dan nilai yang utuh.

6. Implikasi Bagi Pengelolaan Konten Pariwisata Budaya

Hasil penelitian ini memberikan sejumlah implikasi bagi pengelolaan konten pariwisata budaya di Instagram. Temuan menunjukkan bahwa status sebagai lembaga pariwisata resmi tidak serta-merta menjamin penyajian budaya yang mampu mempertahankan nilai dan martabatnya. Pengaruh algoritma media sosial serta tingginya tuntutan terhadap jangkauan dan interaksi pengguna mendorong akun resmi pemerintah untuk menerapkan strategi penyajian konten yang tidak jauh berbeda dengan akun-akun komersial. Selain itu, pelibatan komunitas budaya lokal bersama para ahli kebudayaan dalam proses perencanaan dan produksi konten dapat menjadi langkah yang efektif untuk menjaga keutuhan makna budaya. Pendekatan kolaboratif tersebut memungkinkan penyampaian nilai-nilai budaya tetap terjaga tanpa mengurangi kualitas visual yang diperlukan agar konten mampu bersaing di tengah ekosistem media digital (Fz dkk., 2026; Nurahma & Fikri, 2025).

Selain memperkuat aspek visual, pengelola konten juga perlu menghadirkan penjelasan mengenai nilai filosofis dan fungsi ritual busana tradisional pada keterangan unggahan. Kehadiran narasi tersebut tidak akan mengurangi daya tarik konten, bahkan dapat menjadi keunggulan yang membedakan akun resmi pemerintah dari akun promosi lain yang lebih berorientasi pada kebutuhan pasar. Pendekatan ini selaras dengan pandangan bahwa komodifikasi budaya tidak selalu membawa dampak negatif selama prosesnya dikelola secara bijaksana. Oleh karena itu, pencapaian tujuan ekonomi perlu berjalan seiring dengan upaya menjaga nilai dan makna budaya yang terkandung dalam setiap warisan budaya (Hermayani dkk., 2025; Irianto, 2016).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi busana tradisional Indonesia dalam konten pariwisata digital pada akun Instagram resmi pemerintah, @wonderfulindonesia dan @pesona.indonesia, selama periode Mei 2025 hingga April 2026 membentuk tiga pola utama, yaitu Karnaval & Festival, Pentas Seni & Tari Kolosal, dan Budaya sebagai Gaya Hidup. Pola tersebut diperoleh melalui analisis menggunakan semiotika visual dan analisis wacana kritis terhadap konten yang dipublikasikan pada kedua akun tersebut. Temuan ini memperlihatkan adanya dilema dalam praktik komunikasi pariwisata digital pemerintah. Sebagai institusi yang memiliki tanggung jawab untuk menjaga keaslian dan nilai budaya, pemerintah dituntut menghadirkan representasi yang autentik. Namun, pada saat yang sama, mekanisme algoritma media sosial yang mengutamakan estetika visual, jangkauan, dan tingkat interaksi pengguna mendorong penyajian konten yang lebih berorientasi pada daya tarik visual daripada penyampaian makna budaya secara mendalam.

Penelitian ini memberikan kontribusi dengan menunjukkan bahwa proses mediasi melalui media digital cenderung mengubah cara busana tradisional direpresentasikan, dari warisan budaya yang sarat makna menjadi objek visual yang memiliki nilai komersial dalam ruang *hyperreality*. Akibatnya, berbagai nilai yang melekat pada pakaian adat, seperti kesakralan, nilai historis, dan filosofi kosmologis masyarakat, semakin jarang ditampilkan. Sebaliknya, busana tradisional lebih sering diposisikan sebagai elemen pendukung estetika visual yang berfungsi menarik perhatian *audiens*.

Temuan tersebut menjadi dasar penting bagi pengelola komunikasi pariwisata maupun kreator konten untuk menyusun strategi penyajian konten yang lebih bertanggung jawab terhadap pelestarian budaya. Daya tarik visual sebaiknya dilengkapi dengan penjelasan mengenai makna filosofis dan fungsi ritual busana tradisional melalui keterangan unggahan / caption, sehingga promosi yang dilakukan tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga mampu menyampaikan nilai budaya secara utuh. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang kajian dengan menganalisis penerimaan audiens user reception analysis maupun mengkaji pandangan komunitas adat sebagai pemilik budaya. Pendekatan tersebut diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi yang lebih komprehensif dalam mendukung pelestarian tradisi di tengah perkembangan media digital.

REFERENSI

Barthes, R. (1977). *Image, music, text* (S. Heath, Trans.). Fontana Press.

Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation* (S. F. Glaser, Trans.). University of Michigan Press.

Fatanti, M. N., & Suyadnya, I. W. (2015). *Beyond user gaze: How Instagram creates tourism destination brand? Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 1089–1095. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.145

Fz, Y. I., Salam, N. E., & Yozani, R. E. (2026). Budaya tradisional, identitas dan media baru: Representasi Pacu Jalur pada Instagram @kuantanesia. Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS), 6(1), 54–60. https://doi.org/10.47233/jkomdis.v6i1.3152

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications.

Hermayani, A., Apriliyani, R., Yandasari, P., Nurdhatilah, A., & Purwanto, E. (2025). Komodifikasi budaya dalam media dan tantangannya bagi keberlanjutan sosial. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 2(3), 1–16. https://doi.org/10.47134/diksima.v2i3.207

Irianto, A. M. (2016). Komodifikasi budaya di era ekonomi global terhadap kearifan lokal: Studi kasus eksistensi industri pariwisata dan kesenian tradisional di Jawa Tengah. Jurnal Theologia, 27(1), 212–236. https://doi.org/10.21580/teo.2016.27.1.935

Karyatun, S., Efendi, S., Demolingo, R. H., Wiweka, K., & Putri, A. P. (2021). *Between instagrammable attraction and selfie tourist: Characteristic and behavior. South Asian* Journal of Social Studies and Economics, 12(4), 314–324. https://doi.org/10.9734/sajsse/2021/v12i430338

Muktiyo, W. (2015). Komodifikasi budaya dalam konstruksi realitas media massa. MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan, 31(1), 113–122. https://doi.org/10.29313/mimbar.v31i1.1262

Nurahma, A., & Fikri, M. A. (2025). Analisis konten visual Instagram @desa_kemiren dalam membangun citra pariwisata Desa Kemiren. Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi, 13(2), 90–99. https://doi.org/10.21070/kanal.v13i2.1804

Nurhadi, I., Sumarti, T., Dharmawan, A. H., & Damanhuri, D. S. (2022). *Cultural commodification and ethical transition of tourism development: A case in Osing Community, Indonesia.* Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan, 10(1), 24–43. https://doi.org/10.22500/10202238564

Purnama, A., Adiatma, D., Firman, D., & Rukma, S. (2024). Pengaruh instagramable, memorable tourist experience dan destination image pada revisit intention di Pantai Sayang Heulang Kabupaten Garut. Jurnal Ilmiah Batanghari Jambi, 24(3), 2233–2238. https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.5569

Rahmawati, A., Tutiasri, R. P., & Febriyanti, S. N. (2024). *Curating culture: Instagram and the visual representation of heritage tourism in Surabaya.* Jurnal Studi Komunikasi, 8(1), 82–91. https://doi.org/10.25139/jsk.v8i1.6785

Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (4th ed.). Sage Publications.

Shuqair, S., & Cragg, P. (2017). *The immediate impact of Instagram posts on changing the viewers' perceptions towards travel destinations. Asia Pacific Journal of Advanced Business and Social Studies*, 3(2). https://doi.org/10.25275/apjabssv3i2bus1

Silaban, P. H., Hutabarat, L., Silalahi, A. D. K., & Octoyuda, E. (2022). *Does destination promotion on social media affect visit intention? Empirical study on Instagram.* Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, 15(2), 147–160. https://doi.org/10.25105/jmpj.v15i2.13516

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.

Wahyuni, H., Purnomo, E. P., & Fathani, A. T. (2021). *Social media supports tourism development in the COVID-19 normal era in Bandung*. Jurnal Studi Komunikasi, 5(3), 600–616. https://doi.org/10.25139/jsk.v5i3.3788