

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INSTAGRAM NONA
SRIKAYA DALAM MENINGKATKAN MINAT GENERASI MUDA
MENGUNAKAN KEBAYA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



AURELIA PUTRI EKUARDI

1221003214

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Aurelia Putri Ekuardi

NIM : 1221003214

Tanda Tangan :



Tanggal : 2 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aurelia Putri Ekuardi
NIM : 1221003214
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram Nona
Srikaya dalam Meningkatkan Minat Generasi Muda
Menggunakan Kebaya

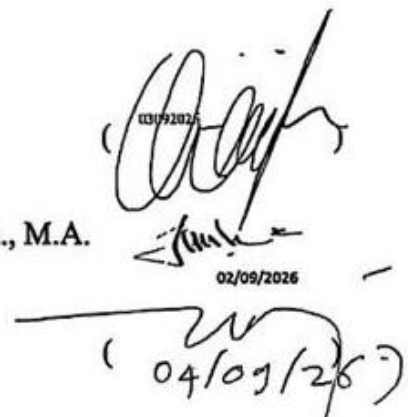
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Octaviniant Aspary, S.I.K., M.SI.

Penguji 1 : Ni Luh Ketut Indah Widia Sari, S.I.Kom., M.A.

Penguji 2 : Dra. Suharyanti, M.S.M, Ph.D



Handwritten signatures and dates of the examiners. The first signature is dated 02/09/2026. The second signature is dated 04/09/2026.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 2 September 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur Penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah, rahmat, kemudahan, serta kekuatan yang diberikan, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram Nona Srikaya dalam Meningkatkan Minat Generasi Muda Menggunakan Kebaya” dengan sebaik-baiknya. Penyusunan Tugas Akhir ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi, sekaligus menjadi pencapaian akhir dari perjalanan akademik Penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, Penulis menyadari bahwa perjalanan yang dilalui tidak selalu mudah. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan hormat, Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah menemani, mendukung, mendoakan, serta membantu Penulis selama proses perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.

1) Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala nikmat, rahmat, kemudahan, tuntunan, kesehatan, dan keselamatan yang diberikan kepada Penulis selama menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini. Berkat karunia-Nya, setiap hambatan dan kesulitan yang dihadapi dapat dilalui satu per satu dengan kekuatan dan keteguhan hati.

2) Ibunda Tercinta

Terima kasih yang sedalam-dalamnya Penulis ucapkan kepada cinta pertama Penulis, Bunda, perempuan terhebat yang Penulis miliki. Rasanya sebanyak apa pun kalimat yang dituliskan tidak akan pernah cukup untuk menggambarkan seluruh kebaikan, pengorbanan, dan kasih sayang yang telah Bunda berikan. Terima kasih atas seluruh cinta, doa, pengorbanan, usaha, dan dukungan yang tidak pernah berhenti Bunda

berikan kepada Penulis. Terima kasih karena tidak pernah menyerah untuk mengusahakan dan memberikan yang terbaik bagi Penulis, bahkan ketika keadaan tidak selalu berpihak kepada Bunda. Terima kasih karena selalu menjadi tempat Penulis pulang untuk menceritakan segala keluh kesah selama menjalani masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi perempuan yang mengajarkan Penulis tentang arti kuat, bertahan, dan terus mengusahakan sesuatu meskipun keadaan tidak selalu mudah. Penulis mungkin tidak akan pernah benar-benar mampu membalas seluruh kebaikan Bunda, tetapi semoga pencapaian kecil ini dapat menjadi salah satu alasan Bunda untuk tersenyum dan merasa bangga. Terima kasih telah membawa Penulis ke dunia dan menjadi bagian terbesar dari setiap langkah yang Penulis tempuh hingga hari ini.

3) Ayah dan Keluarga Tercinta

Terima kasih juga Penulis ucapkan kepada Ayahanda, sosok yang selalu menjadi salah satu penopang keluarga. Terima kasih atas segala pengorbanan, doa, cinta, kasih sayang, serta usaha yang telah Ayah berikan kepada Penulis. Meskipun Ayah tidak berkesempatan melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi, Ayah selalu mengusahakan yang terbaik agar anak-anaknya dapat mengejar pendidikan dan menggapai impiannya masing-masing. Tulisan ini Penulis persembahkan untuk Ayah sebagai salah satu hadiah kecil bahwa anaknya telah berhasil menyelesaikan pendidikan sarjananya. Semoga pencapaian ini dapat menjadi bukti bahwa segala usaha dan pengorbanan yang Ayah berikan tidak pernah sia-sia. Terima kasih kepada Adek Irza, Mbah Ut, Obi, Mba Alin, Apip, Pakde, Ibu, Mas Iyan, dan Mas Atong yang selalu berada di sisi Penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini, memberikan dukungan, doa, perhatian, canda tawa, serta menjadi *moodbooster* dan *support system* bagi Penulis. Tanpa kehadiran dan dukungan keluarga tercinta, perjalanan panjang ini tentu akan terasa jauh lebih berat.

4) Octaviniant Aspary, S.I.K., M.Si.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Miss Octaviniant Aspary, S.I.K., M.Si., selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan, dukungan, masukan, dan motivasi selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih karena telah membimbing Penulis dengan sabar dan memberikan ruang bagi Penulis untuk menjalani proses penyusunan Tugas Akhir dengan baik tanpa memberikan tekanan yang berlebihan. Kehadiran Miss tidak hanya membantu Penulis secara akademis, tetapi juga memberikan semangat dan keyakinan kepada Penulis untuk dapat menyelesaikan setiap tahapan yang ada. Setiap arahan dan masukan yang diberikan menjadi bagian penting dalam perjalanan Penulis hingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

5) Ni Luh Ketut Indah Widia Sari, S.I.Kom., M.A.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Miss Ni Luh Ketut Indah Widia Sari, S.I.Kom., M.A., selaku dosen penguji I, atas waktu, perhatian, kritik, saran, dan masukan yang sangat berharga selama proses ujian dan penyempurnaan Tugas Akhir ini. Setiap masukan yang diberikan tidak hanya membantu Penulis memperbaiki kualitas penelitian, tetapi juga memperluas wawasan dan membantu Penulis memahami penelitian ini secara lebih mendalam. Terima kasih atas dukungan, apresiasi, dan arahan yang telah diberikan hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan lebih baik.

6) Dra. Suharyanti, M.S.M., Ph.D.

Ucapan terima kasih yang mendalam Penulis sampaikan kepada Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M., Ph.D., selaku dosen penguji II, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan perhatian dalam memberikan kritik, saran, serta masukan yang konstruktif bagi penyempurnaan Tugas Akhir ini. Setiap arahan yang diberikan tidak hanya membantu Penulis dalam memperbaiki berbagai kekurangan dalam penelitian, tetapi juga

mendorong Penulis untuk memiliki cara pandang yang lebih kritis dan memahami penelitian secara lebih mendalam. Kehadiran dan kontribusi Ibu sebagai penguji menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik Penulis. Untuk itu, Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya.

7) Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih Penulis ucapkan kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah membimbing, mengajarkan, memberikan wawasan, memotivasi, serta mendampingi Penulis selama menjalani masa perkuliahan. Terima kasih atas ilmu, pengalaman, dan pembelajaran yang diberikan dengan penuh dedikasi, kesabaran, dan ketulusan. Seluruh ilmu yang telah diberikan akan menjadi bekal yang sangat berarti bagi Penulis dalam menjalani kehidupan dan perjalanan selanjutnya.

8) Rekan Seperjuangan

Terima kasih kepada rekan-rekan terdekat dan tercinta Penulis, Callysta, Meena, Rachel, Ocha, Divo, dan Zikri, yang telah kebersamai Penulis sejak semester pertama hingga akhirnya sampai pada titik selesainya masa studi ini. Terima kasih atas doa, dukungan, canda tawa, kerja sama, kepedulian, dan berbagai cerita yang telah dilalui bersama. Terima kasih telah menjadi tempat Penulis berbagi cerita, berkeluh kesah, tertawa, menangis, serta menjadi tempat pulang di tengah sulitnya masa perkuliahan. Banyak hal yang mungkin tidak akan terasa sama apabila tidak dilalui bersama kalian. Terima kasih juga kepada Cia, Grace, Iben, dan Adam yang telah menjadi bagian dari begitu banyak cerita selama masa perkuliahan Penulis. Terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dukungan, dan berbagai pengalaman yang telah dilalui bersama.

Terima kasih kepada Dini, teman berbagi keluh kesah selama masa magang, menjadi saksi berbagai hal yang mungkin sulit untuk diceritakan kepada orang lain, tetapi tetap dapat dilalui karena adanya kehadiranmu. Terima kasih kepada Salma dan Naya yang telah mengisi kehidupan

perkuliahan Penulis dengan kebahagiaan dan ketulusan, meskipun berasal dari program studi yang berbeda. Terima kasih juga kepada Faiza yang telah banyak membantu Penulis dalam berbagai hal selama masa perkuliahan. Terakhir, terima kasih kepada Kak Orpa yang telah menjadi sosok kakak sekaligus seperti seorang ibu bagi Penulis selama menjalani masa perkuliahan. Terima kasih atas setiap nasihat, masukan, perhatian, dan saran yang diberikan. Kehadiran Kak Orpa membantu Penulis menjadi lebih terarah dalam menghadapi berbagai hal selama masa perkuliahan.

9) Teman-teman SMP

Terima kasih Penulis ucapkan kepada TBS (Taman Belakang Sekolah) yang meskipun sudah jarang bertemu, tetap menyempatkan diri untuk bertanya kabar dan mendukung berbagai hal yang Penulis jalani selama masa perkuliahan. Terima kasih karena komunikasi dan kebersamaan tetap terjaga meskipun masing-masing sudah memiliki kesibukan dan kehidupan yang berbeda. Terima kasih juga kepada Panit Bukber yang selalu hadir dengan perhatian, semangat, dan dukungan di tengah kesibukan masing-masing. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat, serta menguatkan Penulis di saat-saat sulit. Meskipun jarang bertemu, terima kasih karena tetap menjaga pertemanan dan selalu ada ketika dibutuhkan. Penulis bersyukur masih memiliki kalian sebagai bagian dari perjalanan hidup Penulis hingga saat ini.

10) Teman-teman Organisasi

Terima kasih kepada seluruh teman-teman yang tidak dapat Penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas kebersamaan, kekompakan, berbagai project, pengalaman, serta cerita yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan Penulis. Terima kasih juga kepada seluruh panitia UBakrie's Week 2023–2024 dan 2024–2025 serta seluruh anggota BEM Universitas Bakrie periode 2023/2024 yang telah menjadi bagian dari

pengalaman dan kenangan yang begitu berarti bagi Penulis. Setiap proses, tawa, lelah, tantangan, dan cerita yang tercipta menjadi bagian dari perjalanan yang akan selalu Penulis kenang dan menjadi pembelajaran berharga di masa yang akan datang.

11) Warga Miss Esvy

Penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada seluruh mahasiswi bimbingan Miss Esvy yang telah memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas kehangatan interaksi, tempat berbagi pengalaman, saling membantu, serta canda tawa yang tercipta di tengah padatnya proses penyusunan Tugas Akhir. Kehadiran teman-teman bimbingan tidak hanya menjadi sumber motivasi, tetapi juga menciptakan lingkungan yang membuat proses panjang ini terasa lebih ringan karena dijalani bersama. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Setelah segala drama Tugas Akhir yang kita lewati, akhirnya L for Lulus juga!

12) Narasumber dan Triangulator Penelitian

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh narasumber dan triangulator penelitian, yaitu Kak Thiifa, Kak Icha, Kak Dela, Kak Hana, Kak Zizah, Kak Anggun, Meena, dan Bapak Aryo, atas kesediaan meluangkan waktu, berbagi pengalaman, serta memberikan informasi yang berharga bagi penelitian ini. Setiap pengalaman, pandangan, pengetahuan, dan masukan yang diberikan telah menjadi bagian penting dalam memperkaya data serta membantu Penulis memahami topik penelitian secara lebih mendalam. Terima kasih atas keterbukaan dan kerja sama yang diberikan selama proses penelitian berlangsung.

13) Diri Sendiri

Last but not least, terima kasih kepada Aurelia Putri Ekuardi, diri Penulis sendiri, atas segala usaha dan perjuangan yang telah dilalui sampai di titik ini. Terima kasih untuk setiap lelah, air mata, keraguan, dan hal-hal yang harus dihadapi sendiri. Tidak selalu mudah, tetapi Penulis tetap memilih untuk mencoba dan tidak menyerah. Bangga untuk setiap langkah kecil yang berhasil dilewati. Untuk semua kecemasan di tangga berikutnya, pertanyaan “kapan?” yang mungkin akan terus datang, dan fase kehidupan yang mungkin harus dijalani sendiri, semoga Penulis tetap mampu menjalaninya dengan baik. Untuk anak perempuan pertama yang masih sering takut, mudah menangis, tetapi selalu berusaha, semoga tetap menjadi rumah yang baik untuk diri sendiri. Terima kasih sudah bertahan sampai sejauh ini, Aurel. *We made it*.

14) Mereka yang Berjasa

Terima kasih juga kepada orang-orang yang mungkin tidak Penulis kenal secara dekat, tetapi secara tidak langsung turut menjadi bagian dari perjalanan ini. Terima kasih kepada ojek *online* yang mengantarkan Penulis ketika sedang terburu-buru, Mas dan Mbak TransJakarta yang menemani perjalanan pulang-pergi, serta Stasiun Duri, Stasiun Karet, Stasiun Sudirman, Stasiun Manggarai, Halte Jelambar, Halte Kuningan Timur, Halte Harmoni, Halte Galunggung, hingga Jak Lingko yang telah menemani perjalanan Penulis dari semester satu hingga akhirnya sampai di titik ini. Tempat-tempat tersebut mungkin hanya menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari, tetapi di sanalah banyak perjalanan, rasa lelah, kantuk, terburu-buru, menangis di jalan pulang, dan berbagai cerita kecil selama masa perkuliahan terjadi. Terima kasih telah menjadi saksi perjalanan Penulis, dari berangkat kuliah sampai akhirnya mengantarkan Penulis sampai lulus.

Demikian ungkapan terima kasih Penulis kepada seluruh pihak yang telah hadir, membantu, dan memberikan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis berharap segala kebaikan dan

bantuan yang telah diberikan dapat dibalas dengan kebaikan oleh Allah Swt, Tuhan Yang Maha Esa. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, Universitas Bakrie, serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 2 September 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Aurelia Putri Ekuardi'.

Penulis

Aurelia Putri Ekuardi 1221003214

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aurelia Putri Ekuardi
NIM : 1221003214
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram Nona Srikaya dalam Meningkatkan Minat Generasi Muda Menggunakan Kebaya"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Jakarta
Pada Tanggal : 2 September 2026

Yang menyatakan,



Aurelia Putri Ekuardi

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INSTAGRAM NONA SRIKAYA DALAM MENINGKATKAN MINAT GENERASI MUDA MENGGUNAKAN KEBAYA

Aurelia Putri Ekuardi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran Instagram @nona.srikaya, *brand* kebaya lokal, dalam membangun minat generasi muda menggunakan kebaya di tengah menurunnya relevansi busana tradisional akibat tren fast fashion. Media sosial kini berperan strategis dalam membentuk kedekatan *brand* dengan audiensnya, khususnya bagi *brand* berbasis budaya seperti Nona Srikaya. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus instrumental. Data diperoleh melalui observasi non-partisipan dan dokumentasi terhadap akun Instagram @nona.srikaya, serta wawancara mendalam dengan pendiri *brand*, enam informan audiens Generasi Z (empat *followers* dan dua *non-followers*), dan triangulator dari bidang desain komunikasi visual. Analisis menggunakan model 4C dari Chris Heuer dan model AISAS dari Dentsu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Nona Srikaya menerapkan keempat dimensi 4C meski tidak berdasarkan perencanaan formal, melainkan berkembang secara organik melalui relasi personal *founder* dan strategi tersebut berhasil meningkatkan minat generasi muda menggunakan kebaya yang terlihat dari pola perjalanan audiens dalam tahapan AISAS, di mana *followers* menempuh seluruh tahapan secara lengkap hingga membeli dan membagikan pengalamannya, sementara *non-followers* berhenti di tahap ketertarikan atau pencarian informasi akibat pertimbangan pribadi yang berada di luar kendali strategi *brand*. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi komunikasi pemasaran *brand* budaya melalui media sosial.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Instagram, 4C *Social Media*, AISAS, Kebaya, Generasi Muda.

INSTAGRAM MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF NONA SRIKAYA IN INCREASING THE YOUNG GENERATION'S INTEREST IN WEARING KEBAYA

Aurelia Putri Ekuardi

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing communication strategy of @nona.srikaya's Instagram, a local kebaya brand, in building young generation's interest in wearing kebaya amid the declining relevance of traditional clothing due to fast fashion trends. Social media now plays a strategic role in shaping a brand's closeness with its audience, particularly for culture-based brands such as Nona Srikaya. This study employs a qualitative method with an instrumental case study approach. Data were obtained through non-participant observation and documentation of the @nona.srikaya Instagram account, as well as in-depth interviews with the brand founders, six Generation Z audience informants (four followers and two non-followers), and a triangulator from the field of visual communication design. The analysis uses Chris Heuer's 4C model and Dentsu's AISAS model. The results show that Nona Srikaya's strategy applies all four dimensions of the 4C model, although not based on formal planning but rather developing organically through the founders' personal relationships, and that this strategy has succeeded in increasing young people's interest in wearing kebaya, as seen in the audience's journey pattern through the AISAS stages, where followers completed the entire stages up to purchasing and sharing their experience, while non-followers stopped at the interest or information search stage due to personal considerations beyond the brand's strategic control. This study is expected to provide theoretical and practical contributions to the development of marketing communication strategies for cultural brands through social media.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Instagram, 4C Social Media, AISAS, Kebaya, Young Generation.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Konsep Yang Relevan.....	15
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Digital.....	18
2.1.3 Model Strategi Komunikasi Pemasaran Digital.....	19
2.1.4 Model AISAS (The Dentsu Way).....	21
2.1.5 <i>Brand</i>	25
2.1.6 Media Sosial sebagai Media Baru Komunikasi Pemasaran.....	26
2.1.7 Instagram.....	28
2.1.8 Minat Penggunaan.....	32
2.1.9 Kebaya sebagai Identitas Budaya dan Fashion Kontemporer.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu dan Pernyataan Kebaharuan	34
2.3 Kerangka Berpikir.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1 Desain dan Pendekatan Penelitian	50
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	52

3.2.1	Objek Penelitian	52
3.2.2	Subjek Penelitian.....	52
3.3	Sumber Data dan Pengumpulan Data	53
3.3.1	Sumber Data.....	53
3.3.2	Pengumpulan Data	54
3.4	Analisis Data	57
3.5	Triangulasi Data	59
3.6	Operasionalisasi Konsep	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Gambaran Konteks Penelitian.....	66
4.1.1	Profil <i>Brand</i> Nona Srikaya.....	66
4.1.2	Akun Instagram @nona.srikaya.....	68
4.1.3	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	69
4.2	Penyajian Data	74
4.2.1	Konten Nona Srikaya di Instagram.....	74
4.2.2	Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram @nona.srikaya	78
4.2.3	Minat Penggunaan Kebaya pada Generasi Muda	91
4.3	Pembahasan dan Diskusi.....	107
4.3.1	Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram Nona Srikaya Berdasarkan Model 4C	108
4.3.2	Terbentuknya Minat Penggunaan Kebaya pada Generasi Muda Berdasarkan Model AISAS	116
4.3.3	Keterkaitan Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram (4C) dengan Meningkatnya Minat Penggunaan Kebaya pada Generasi Muda	129
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		132
5.1	Kesimpulan	132
5.2	Kendala dan Keterbatasan.....	133
5.3	Saran.....	133
5.3.1	Saran Untuk Penelitian Berikutnya.....	133
5.3.2	Saran Untuk Nona Srikaya.....	134
5.3.3	Saran Untuk Bisnis UMKM Serupa.....	136
DAFTAR PUSTAKA		138
LAMPIRAN.....		145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kebaya Rancangan Nona Srikaya dalam Kampanye #KitaBerkebaya	4
Gambar 1. 2 Akun Instagram @nona.srikaya	5
Gambar 1. 3 Konten Feed s Editorial dan Lookbook.....	6
Gambar 1. 4 Konten Reels Eksplorasi Gaya & Mix and Match	7
Gambar 1. 5 Konten Budaya dan Inspirasional	8
Gambar 1. 6 Konten Kalender Bulanan	8
Gambar 1. 7 Konten Kolaborasi dengan Brand	9
Gambar 1. 8 Konten Interaktif	10
Gambar 2. 1 Model AIDMA dan AISAS	23
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 4. 1 Logo Nona Srikaya.....	66
Gambar 4. 2 Profil Instagram @nona.srikaya.....	68
Gambar 4. 3 Bio Instagram @nona.srikaya	79
Gambar 4. 4 Sapaan ‘Nona’ dalam Beberapa Postingan	80
Gambar 4. 5 Identitas Visual Bold sebagai Bagian dari Strategi Mendobrak Stigma Kebaya.....	81
Gambar 4. 6 Gaya Visual yang <i>Storytelling</i> pada	82
Gambar 4. 7 Caption <i>Storytelling</i> pada Setiap Konten	83
Gambar 4. 8 Dokumentasi Interaksi Dua Arah melalui Kolom Komentar pada Akun @nona.srikaya.....	83
Gambar 4. 9 Kolaborasi Nona Srikaya dengan PadelBerkebaya.....	85
Gambar 4. 10 Keterlibatan Nona Srikaya dalam	86
Gambar 4. 11 Kolaborasi dengan Content Creator untuk Memperluas <i>Brand Positioning</i>	87
Gambar 4. 12 Repost UGC pada Akun @nona.srikaya.....	89
Gambar 4. 13 Dokumentasi Engagement Akun @nona.srikaya.....	90
Gambar 4. 14 Konten <i>Reels Styling</i> & Collab post Event sebagai Daya Tarik Visual	93
Gambar 4. 15 Variasi Model Kebaya sebagai Pemicu Perubahan Persepsi	96
Gambar 4. 16 Tampilan Bio Akun @nona.srikaya.....	99
Gambar 4. 17 Poster Collaboration Pesta Folka	100
Gambar 4. 18 Unggahan Annisa Mengenakan Kebaya Nona Srikaya di Feeds Instagram.....	105
Gambar 4. 19 Unggahan Hana Mengenakan Kebaya Nona Srikaya di Feeds Instagram.....	106
Gambar 4. 20 Unggahan Adela Mengenakan Kebaya Nona Srikaya di Feeds Instagram.....	106

Gambar 4. 21 Unggahan Azizah Mengenakan Kebaya Nona Srikaya Disertai Mention ke Akun @nona.srikaya	107
---	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Konsep <i>Brand</i>	62
Tabel 3. 2 Tabel Operasionalisasi Konsep Audiens Generasi Z	63
Tabel 4. 1 Informan Followers & Non-Followers	69
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Kategori Konten @nona.srikaya (April-Juli 2026)	75
Tabel 4. 3 Pola Perjalanan AISAS	128