

**PERAN AKUN TIKTOK @Rumah Uis By Averiana
DALAM MEMPOPULERKAN ULANG PAKAIAN
ADAT KARO MELALUI MEDIA VISUAL**

TUGAS AKHIR

Oleh:

YOGI SYAHPUTRA SITEPU

2103110181

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Audio Visual



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2025

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : Yogi Syahputra Sitepu
NPM : 2103110181
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 11 September 2025
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. Puji Santoso, S.S., M.SP (.....)

PENGUJI II : Assoc. Prof. Dr. Faustyna, S.Sos., M.M., M.I.Kom (.....)

PENGUJI III : Drs. Zulfahmi, M.I.Kom (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP

Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

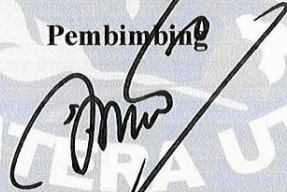
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

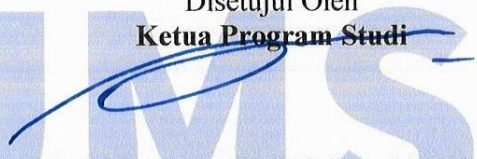
Nama Lengkap : Yogi Syahputra Sitepu
NPM : 2103110181
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PERAN AKUN TIKTOK @RUMAH UIS BY AVERIANA DALAM MEMPOPULERKAN ULANG PAKAIAN ADAT KARO MELALUI MEDIA VISUAL**

Medan, 02 Agustus 2025

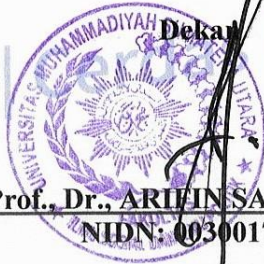
Pembimbing


Drs. Zulfahri., M.I.Kom
NIDN: 0118056301

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN: 0127048401


Assoc., Prof., Dr., ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402



Unggul

Terpercaya

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Yogi Syahputra Sitepu**, NPM **2103110181**, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 06 Oktober 2025

Yang Menyatakan,



Yogi Syahputra Sitepu

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya serta nikmat kuasanya sehingga penulis masih mampu menikmati ribuan nikmat iman hingga akhir hayat nanti. Shalawat dan salam tak lupa pula diberikan kepada Nabi Muhammad SAW. Karena atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Akun TikTok @Rumah Uis By Averiana dalam Mempopulerkan Ulang Pakaian Adat Karo Melalui Media Visual”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Audio Visual, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada kedua orangtua penulis yaitu Karto Sitepu dan Nurhanita Br Tarigan yang sudah memberi kasih sayang, materi, serta doa demi kelancaran penulis dalam menyusun skripsi dan Terimakasih sudah menjadi sandaran terkuat dari kerasnya dunia yang tidak henti hentinya dengan penuh cinta dan selalu memberikan dukungan moral yang luar biasa. sehingga penulis bisa berada di titik ini. Ucapan terimakasih turut penulis sampaikan kepada kakak kandung penulis, Yusi AlemitaBr Sitepu dan adik kandung penulis Yeni Rahmadani Br Sitepu yang telah memberi dukungan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak-pihak yang telah banyak berjasa dalam membantu penyelesaian tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, MA.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh S.Sos., M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Ibu Assos. Prof. Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Akhyar Anshori S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing penulis yang sudah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan selalu sabar dalam membimbing penulis hingga pembuatan skripsi ini selesai.
8. Seluruh narasumber penelitian, khususnya Averiana Barus selaku pemilik akun TikTok @Rumah Uis By Averiana, serta para informan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi yang sangat berharga.
9. Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta pegawai Biro FISIP UMSU yang telah membantu saya dalam memenuhi kelengkapan berkas-berkas serta informasinya kepada saya.
10. Kepada mereka yang sudah penulis anggap sebagai orang tua, Bibik tua, Bibik tengah, Bibik uda, Mak uda, Pak uda, Mama uda, yang telah menjadi bagian dari kehidupan penulis dan telah banyak berkontribusi mendidik saya dari kecil sampai berada di tahap saat ini. Tidak lupa kepada nenek saya dan kepada Alm kakek saya, Alm. G. Tarigan terima

kasih sudah memberikan motivasi dan menjadi motivator untuk panutan dan bekal sampai saat ini.

11. Kepada kawan seperjuangan yang terbaik M.Agiel Al-azyaric yang sudah menjadi teman dari awal perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi ini, tidak lupa juga, Dwiky Arif Darmawan, S.I.Kom, Al Fathur Rahman, Brema Tarigan, S.H, Briptu Rian Maulana, dan sahabat yang lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan support, dan saran yang baik kepada penulis sehingga skripsi ini berjalan dengan lancar. Terima kasih atas suka dan duka yang telah kita lalui, semoga kita menjadi orang sukses.
12. Dan yang terakhir kepada diri saya sendiri, Yogi Syahputra Sitepu, yang sudah berusaha melewati setiap tantangan dalam proses penyusunan skripsi ini dengan bersungguh sungguh dan keikhlasan. Meskipun dihadapkan dengan berbagai tantangan dan rintangan yang dilalui selama perkuliahan hingga sampai saat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah bertahan sampai saat ini, terima kasih sudah berjuang untuk tetap hidup dan terima kasih sudah berusaha menjadi aku dengan versi terbaik diriku. Aku bangga dengan setiap langkah kecilku.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi, maupun sebagai referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya terkait pelestarian budaya melalui media sosial.

Medan, 4 September 2025

Yogi Syahputra Sitepu

**PERAN AKUN TIKTOK @Rumah Uis By Averiana DALAM
MEMPOPULERKAN ULANG PAKAIAN ADAT KARO
MELALUI MEDIA VISUAL**

Yogi Syahputra Sitepu

2103110181

ABSTRAK

Globalisasi dan modernisasi membawa dampak besar terhadap keberlangsungan budaya lokal, termasuk pakaian adat Karo yang mulai jarang digunakan oleh generasi muda. Pakaian adat sebagai simbol identitas dan warisan budaya cenderung dianggap kuno serta kurang relevan dengan gaya hidup masa kini. Kondisi ini menimbulkan tantangan dalam pelestarian budaya tradisional. Namun, perkembangan media sosial menghadirkan peluang baru untuk memperkenalkan kembali budaya lokal secara kreatif dan menarik. TikTok, sebagai platform berbasis video singkat dengan jangkauan luas dan interaktivitas tinggi, dinilai efektif untuk menyampaikan pesan budaya. Salah satu akun yang berperan penting adalah @Rumah Uis By Averiana, yang secara konsisten mengunggah konten visual mengenai pakaian adat Karo dengan pendekatan modern dan edukatif. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis peran akun TikTok tersebut dalam mempopulerkan kembali pakaian adat Karo melalui media visual. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik observasi konten, wawancara terstruktur dengan kreator serta pengikut aktif, dan dokumentasi digital. Analisis mengacu pada teori komunikasi visual, komunikasi budaya, dan personal branding untuk memahami strategi penyampaian konten serta penerimaan audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun ini memiliki kontribusi signifikan terhadap revitalisasi budaya Karo. Konten yang ditampilkan menggabungkan busana adat dengan gaya modern, penggunaan musik populer, serta narasi singkat mengenai filosofi kain. Strategi ini efektif menarik perhatian generasi muda sekaligus menumbuhkan rasa bangga terhadap identitas budaya.

Simbol-simbol adat seperti motif kain, warna khas, dan aksesoris diperlihatkan secara konsisten sebagai penguatan identitas visual. Dampak nyata terlihat dari meningkatnya pengetahuan audiens mengenai pakaian adat, lahirnya kebanggaan etnis, serta praktik penggunaan uis Karo dalam acara adat maupun kegiatan sehari-hari. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya TikTok, tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana pelestarian budaya yang strategis. Kreator konten budaya seperti Averiana Barus berperan sebagai agen budaya digital yang mampu menjembatani tradisi dengan modernitas serta memperkuat identitas bangsa di tengah arus globalisasi.

Kata Kunci: *TikTok, pakaian adat Karo, pelestarian budaya, media sosial, generasi muda*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.4 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	8
KAJIAN TEORI	8
2.1 Media Sosial sebagai Media Komunikasi Visual.....	8
2.1.1 Pengertian Media Sosial	8
2.1.2 Karakteristik dan Fungsi Media Sosial.....	10
2.1.3 Manfaat media sosial.....	9
2.1.4 TikTok sebagai Platform Media Visual Interaktif.....	14
2.1.5 Peran Media Sosial dalam Strategi Komunikasi Budaya	15
2.1.6 Media Sosial dalam Pelestarian Budaya.....	17
2.1.7 Peran Digitalisasi dalam Pelestarian Warisan Budaya	22
2.1.8 Strategi Visualisasi Budaya Tradisional di Media Baru	24
2.1.9 Dampak Media Sosial terhadap Persepsi Generasi Muda.....	27
2.1.10 Branding Personal dan Kultural di Media Sosial	29
2.1.11 Komunikasi Budaya	33
2.2 Anggapan Dasar	37
BAB III	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Kerangka Konsep	40
3.3 Definisi Konsep.....	41
3.4 Kategorisasi.....	42
3.5 Informan atau Narasumber.....	42

3.6 Teknik Pengumpulan Data	43
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	45
BAB IV.....	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Objek Penelitian dan Informan Penelitian	46
4.1.2 Temuan Penelitian	47
4.1.3 Hasil Wawancara	48
4.1.4 Hasil Observasi dan Dokumentasi.....	57
Gambar 4.1.	59
Gambar 4.2.....	60
Gambar 4.3.	61
Gambar 4.4.....	62
4.2 Pembahasan.....	63
4.2.1 Peran Akun TikTok @Rumah Uis By Averiana.....	63
4.2.2 Peran Akun TikTok dalam Pelestarian Pakaian Budaya Karo.....	65
BAB V	67
PENUTUP	67
5.1 Simpulan	67
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi seperti saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern. Pengguna media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, melainkan juga sebagai platform untuk berbagi informasi, edukasi, dan pelestarian budaya. Media sosial mampu menjangkau berbagai kalangan usia dan wilayah secara mudah dan cepat, sehingga menjadikannya media efektif dalam menyebarkan nilai-nilai budaya kepada masyarakat luas. Kearifan lokal yang hidup dan tumbuh bersama masyarakat diimplementasikan dalam kehidupan lokal dalam masyarakat. Fenomena tersebut mendorong berkembangnya berbagai konten kreatif untuk mengangkat budaya lokal sebagai salah satu tema utama. Khususnya masyarakat yang masih sangat kuat eksistensinya dalam budaya sejak dari dulu hingga sampai saat ini menjadi pedoman dalam aktifitas dalam kehidupan masyarakat (Salim, 2016).

Salah satu tantangan utama dalam pelestarian budaya di tengah arus modernisasi saat ini adalah menurunnya minat generasi muda terhadap warisan budaya tradisional, termasuk pakaian adat. Pakaian adat merupakan sebuah sosial identitas dan kearifan lokal yang perlu dilestarikan agar tidak punah oleh perkembangan zaman. Namun, minat generasi muda yang lebih cenderung menggunakan tren global membuat pakaian adat menjadi kurang dikenal dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini berpotensi menimbulkan keterasingan budaya dan hilangnya warisan budaya bagi generasi penerus.

Suku karo merupakan salah satu suku di Sumatera Utara yang memiliki keunikan budaya yang sangat kaya, termasuk pakaian adat yang sarat makna dan estetika. Pakaian adat karo tidak hanya digunakan pada saat upacara adat, tetapi juga merupakan sosial sosial dan identitas etnis yang diwariskan oleh leluhur. Pakaian adat memiliki berbagai fungsi yang mencerminkan nilai-nilai budaya dan berkaitan dengan aspek ekonomi, sosial, politik, dan keagamaan. Pesan-pesan

budaya dalam pakaian tersebut dapat di pahami melalui sosial sosial dalam ragam hiasnya. Pakaian adat sebagai identitas masyarakat memiliki corak yang mencerminkan ciri dan pemahaman masyarakat tersebut, dan ke khasan ini telah diwariskan secara turun temurun. Meskipun baku pembuatan pakaian telah mengalami perubahan di era modern, nilai dan makna pakaian adat tetap terjaga (Ansaar, 2015).

Akan tetapi, keberadaan adat karo kini menghadapi tantangan dalam eksistensinya di kalangan masyarakat luas. Rendahnya pemahaman dan ketertarikan terhadap pakaian adat ini, khususnya di kalangan generasi milenial dan generasi Z, menjadi permasalahan yang harus di atasi agar warisan budaya ini tetap hidup.

Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya strategi komunikasi yang efektif untuk mempopulerkan kembali pakaian adat karo dengan cara yang relevandan menarik bagi generasi muda. Pemanfaatan media sosial, khususnya TikTok, dengan format video pendek yang kreatif menjadi salah satu sarana paling potensial. Akun tiktok @Rumah Uis By Averiana Barus yang dikelola oleh Averiana Barus menghadirkan konten visual yang menampilkan pakaian adat karo secara menarik dan modern tanpa menghilangkan nilai tradisionalnya. Akun TikTok tersebut merupakan milik seorang konten sosial dan penyanyi perempuan berdarah karo yang fokus membuat konten visual seputar kain adat karo. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengkaji peran akun tersebut dalam mempopulerkan ulang pakaian adat karo melalui media visual tiktok.

Beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa media 2ocial dapat menjadi media efektif dalam pelestarian budaya dan edukasi masyarakat. Penelitian ini tentang pemanfaatan media sosial dalam konteks budaya menunjukkan bahwa konten yang kreatif dan interaktif mampu meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat dalam pelestarian budaya. Namun, masih sedikit penelitian yang fokus pada platform TikTok sebagai media utama dalam upaya pelestarian pakaian adat, khususnya pakaian adat Karo. Hal ini memberikan ruang bagi penelitian ini untuk mengisi kekosongan tersebut dan memberikan kontribusi baru dalam kajian komunikasi dan budaya digital.

Akun TikTok @Rumah Uis By Averiana merupakan akun bisnis yang aktif mempromosikan dan memperkenalkan busana tradisional Karo kepada khalayak luas melalui media sosial, khususnya TikTok. Akun ini secara konsisten membagikan konten visual berupa video singkat yang menampilkan berbagai jenis pakaian adat Karo seperti Uis Nipes, sarung gebeng, kemeja mehaga, dan dress etnik dengan beragam corak dan warna, termasuk warna yang sedang trend. Setiap unggahan pada umumnya menampilkan produk, variasi warna, harga, serta cara pemesanan, sehingga memudahkan calon pembeli.

Selain itu, akun ini juga memanfaatkan fitur Live TikTok untuk melakukan penjualan secara langsung, yang memungkinkan interaksi real time dengan audiens, menjawab pertanyaan seputar produk, dan memberikan promo khusus. Akun ini juga menawarkan layanan jahit sesuai pesanan, termasuk jahit online bagi pelanggan luar kota atau mahasiswa perantauan.

Melalui pendekatan visual yang menarik dan inovatif, akun ini tidak hanya berperan sebagai media promosi, tetapi juga turut melestarikan budaya Karo melalui adaptasi pakaian adat ke dalam fashion modern. Konten-konten yang dibagikan menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, dapat menjadi sarana efektif untuk menghidupkan kembali nilai-nilai tradisional dalam bentuk yang relevan dengan generasi masa kini.

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji secara kualitatif bagaimana akun TikTok @Rumah Uis By Averiana Barus berkontribusi dalam mempopulerkan ulang pakaian adat Karo melalui media visual. Peneliti akan menjelaskan strategi komunikasi visual dan narasi budaya yang digunakan dalam video TikTok, serta bagaimana respons dan pengaruh konten tersebut terhadap masyarakat, khususnya generasi muda saat ini, dalam melestarikan dan mengenalkan pakaian adat Karo. Dengan hubungan antara media sosial dan pelestarian budaya lokal.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan inspirasi bagi pelaku budaya dan praktisi komunikasi untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai medium pelestarian budaya yang efektif dan relevan di era modern saat ini. Kembalinya minat terhadap pakaian adat Karo melalui akun TikTok @Rumah

Uis By Averiana Barus dapat menjadi tonggak penting dalam menjaga keberlangsungan budaya Indonesia secara meluas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan adalah bagaimana Peran Akun TikTok @Rumah Uis By Averiana Barus Dalam Mempopulerkan Ulang Pakaian Adat Karo Melalui Media Visual?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian tersebut yaitu :

1. Menganalisis strategi visual yang digunakan akun TikTok @Rumah Uis By Averiana Barus dalam mempopulerkan pakaian adat Karo.
2. Mengidentifikasi peran akun TikTok dalam pelestarian budaya melalui media sosial

Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial sebagai sarana pelestarian budaya. Selain itu, hasil penelitian juga dapat menjadi referensi bagi para pelaku budaya, praktisi media sosial, dan pemerhati kebudayaan dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital untuk mempopulerkan dan melestarikan warisan budaya lokal seperti pakaian adat karo.
2. Penelitian ini juga dapat mendorong kedalaman upaya pelestarian budaya. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik tentang peran media sosial dalam mempopulerkan pakaian adat karo, diharapkan akan muncul inisiatif inisiatif baru yang dapat mendukung pelestarian dan pengembangan budaya lokal.
3. Penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dalam menjaga dan melestarikan identitas budaya di tengah arus globalisasi yang semakin kuat.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini membahas teori-teori yang relevan dengan penelitian, meliputi konsep media sosial, karakteristik dan fungsi media sosial, TikTok sebagai media visual interaktif, peran media sosial dalam komunikasi budaya, media sosial dalam pelestarian budaya, strategi visualisasi budaya, dampak media sosial terhadap persepsi generasi muda, personal branding dan branding kultural, serta teori komunikasi budaya.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, antara lain jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi, informan atau narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta pembahasan yang mengaitkan temuan penelitian dengan teori-teori yang relevan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi simpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat diberikan untuk pihak-pihak terkait maupun peneliti selanjutnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Media Sosial sebagai Media Komunikasi Visual

2.1.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial. Istilah dari kata media sosial tersusun dari dua kata yaitu “media” dan “sosial”. Media di artikan sebagai alat komunikasi. Seangkan sosial diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Media sosial telah mengubah lanskap komunikasi saat ini secara fundamental, dapat memungkinkan individu dan komunitas untuk terhubung, berekspresi, dan berbagi dalam skala yang belum pernah terjadi pada sebelumnya. Selain itu, dalam media sosial dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, saling berkenalan, dan berkolaborasi dalam bentuk tulisan, visual maupun audio visual (AC Sari, R Hartina, R Awalia, H Irianti, 2018).

Media sosial sudah menjadi katalisator bagi gerakan sosial, platform untuk ekspresi identitas pribadi dan kelompok, serta sarana vital untuk melestarikan dan menyebarluaskan warisan budaya, seperti yang terlihat pada akun yang memiliki media sosial salah satunya tiktok guna untuk mempopulerkan pakaian adat. Melalui media sosial, individu dapat mengekspresikan identitas budaya mereka untuk diwujudkan melalui penampilan pakaian adat karo dalam konten visual (Brata et al., 2020).

Media sosial telah mengubah lanskap komunikasi saat ini secara fundamental, dapat memungkinkan individu dan komunitas untuk terhubung, berekspresi, dan berbagi dalam skala yang belum pernah terjadi pada sebelumnya. Selain itu, dalam media sosial dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, saling berkenalan, dan berkolaborasi dalam bentuk tulisan, visual maupun audio visual (AC Sari, R Hartina, R Awalia, H Irianti, 2018)

Kelahiran media sosial telah mendobrak batasan ruang dan waktu, menciptakan ruang publik virtual yang dimana setiap orang dapat menjadi produsen konten sekaligus juga dapat menjadi konsumen informasi.

Perkembangan media sosial semakin masif sejak kemunculan platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, hingga TikTok. Platform ini tidak hanya menjadi tempat berbagi pengalaman pribadi, tetapi juga telah berevolusi menjadi ruang strategis untuk komunikasi pemasaran, kampanye sosial, hingga pelestarian budaya. Fenomena ini menjadikan media sosial sebagai bagian integral dari dinamika komunikasi masyarakat modern.

Dari perspektif komunikasi massa, media sosial mengaburkan batas antara komunikator dan komunikan. Tidak seperti media konvensional, media sosial memungkinkan interaksi dua arah secara real-time. Hal ini meningkatkan peluang dialog, kolaborasi, dan partisipasi publik dalam menyampaikan maupun menerima pesan secara aktif.

Perubahan pola komunikasi ini berdampak besar terhadap bagaimana budaya dan nilai-nilai lokal direpresentasikan. Konten budaya yang dahulu hanya bisa ditemukan dalam buku atau museum kini dapat diakses melalui layar ponsel dalam bentuk yang lebih menarik dan kontekstual. Konvergensi antara media sosial dan budaya visual menciptakan ruang baru dalam praktik komunikasi sosial.

Penelitian Sitompul dan Nasution.(2020) menunjukkan bahwa media sosial sangat efektif digunakan sebagai media edukasi budaya lokal karena mampu menyampaikan pesan secara visual dan interaktif. Visualisasi ini menjadikan budaya lokal lebih dekat dan relevan dengan kehidupan sehari-hari generasi muda yang terbiasa dengan format audio-visual.

Selain itu, sifat viral dan algoritmik media sosial memungkinkan penyebaran konten visual dalam jangkauan luas dalam waktu singkat. Ketika sebuah konten budaya menjadi tren di TikTok, misalnya, ia berpotensi membentuk diskursus baru tentang identitas budaya di ruang digital. Ini menjadikan media sosial sebagai alat pelestarian dan transformasi budaya yang dinamis.

Dengan demikian, pemahaman tentang media sosial tidak hanya berhenti pada fungsinya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai medium transformasi budaya. Studi ini menempatkan media sosial sebagai ruang strategis untuk eksplorasi identitas visual, pelestarian budaya, dan pembangunan narasi kultural yang berkelanjutan.

2.1.2 Karakteristik dan Fungsi Media Sosial

Fungsi utama media sosial mencakup fungsi informatif, hiburan, edukasi, dan interaksi sosial. Dalam konteks komunikasi visual, fungsi ini berperan dalam membentuk preferensi audiens terhadap suatu pesan. Konten visual yang menarik tidak hanya menghibur tetapi juga mampu mengedukasi dan mempengaruhi opini publik. Oleh karena itu, media sosial menjadi alat yang efektif dalam kampanye budaya atau promosi identitas lokal.

Salah satu karakteristik penting lainnya adalah sifat real-time dan kemudahan dalam mengunggah konten visual seperti gambar, video pendek, atau siaran langsung. Hal ini memungkinkan penyebaran budaya visual secara cepat dan efisien. Dalam konteks budaya Karo, misalnya, visualisasi pakaian adat yang diunggah secara berkala di TikTok dapat membentuk persepsi baru terhadap tradisi dan nilai-nilai lokal.

Media sosial juga memiliki karakteristik algoritmik, di mana penyebaran konten sangat dipengaruhi oleh preferensi dan interaksi pengguna. Konten yang disukai, dibagikan, atau dikomentari lebih sering akan memperoleh jangkauan lebih luas. Ini memberikan peluang strategis bagi pelaku budaya seperti Averiana Barus untuk memperkenalkan budaya Karo ke khalayak yang lebih besar.

Fungsi interaktif dari media sosial juga memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara kreator konten budaya dan audiens. Hal ini berbeda dengan media tradisional yang bersifat satu arah. Dengan fitur komentar, duet, dan stitch di TikTok, misalnya, audiens dapat berpartisipasi langsung dalam diskursus budaya yang sedang dibangun.

Kemampuan media sosial untuk menyimpan dan mengarsipkan konten juga menjadikannya sebagai ruang dokumentasi budaya. Visualisasi pakaian adat

yang diunggah tidak hanya untuk konsumsi sesaat, tetapi juga menjadi jejak digital yang dapat diakses ulang kapan saja oleh siapa saja. Ini sangat penting dalam konteks pelestarian budaya non-material.

Akhirnya, media sosial berfungsi sebagai sarana representasi identitas dan ekspresi diri. Dalam dunia global yang cenderung homogen, media sosial dapat digunakan untuk menampilkan keunikan budaya lokal sebagai bentuk resistensi sekaligus promosi budaya. Oleh karena itu, media sosial bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga medium identitas dan simbol kultural.

2.1.3 Manfaat media sosial

Setiadi, (2016) Ada beberapa manfaat dari media sosial diantaranya sebagai berikut:

a. Manfaat media sosial dalam efektifitas komunikasi pemasaran terpadu.

Sosial media memang sejatinya sebagai media sosial dan interaksi, menarik orang lain agar melihat dan mengunjungi tautan yang berisikan informasi mengenai produk dan lain-lain. Sangat wajar sekali keberadaan media sosial dijadikan tempat pemasaran yang paling mudah dan paling murah (lowcost) oleh perusahaan. Karena sebagai situs jejaring, media sosial memiliki salah satu peran yang sangat penting di dalam pemasaran. Yang menghubungkan pelanggan dan calon dari produk atau jasa suatu merek atau perusahaan.

b. Manfaat media sosial dalam efektifitas komunikasi politik

Komunikasi politik yaitu aplikasi serta prinsip-prinsip komunikasi untuk kampanye politik yang beraneka ragam individu, organisasi, prosedur-prosedur dan melibatkan analisis, pengembangan, eksekusi dan strategi manajemen kampanye oleh setiap kandidat, partai politik, pemerintah, pelobi, kelompok-kelompok tertarik yang bisa digunakan untuk mengarah ke opini publik, serta pengembangan dari ideologi mereka sendiri.

c. Manfaat media sosial dalam efektifitas komunikasi pembelajaran.

Terdapat perubahan dalam pola pembelajaran sangat dibutuhkan agar dapat melakukan sebuah pembaruan disistem dibutuhkan agar dapat melakukan sebuah pembaruan disistem pembelajaran konvensional yang penilaian sudah using

dan tidak relevan dengan adanya dinamika perkembangan zaman yang selalu berkembang semakin cepat dan intensif yang dipicu oleh perkembangan ilmu pengetahuan.

Husain (dalam Setiadi 2016) mengemukakan bahwa manfaat internet atau media sosial dalam proses pembelajaran sangat diharapkan mampu merangsang siswa atau peserta didik agar dapat belajar lebih mandiri serta berkelanjutan sesuai dengan kecakapan dan potensi yang mereka miliki.

Zarella (dalam Iman, dkk, 2015:4) media sosial bermanfaat sebagai tempat untuk menyampaikan informasi dengan partisipasi dari penggunanya. Dari beberapa pandangan ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial memiliki banyak manfaat salah satunya dengan penggunaan jejaring media sosial yaitu bisa untuk sistem komunikasi pembelajaran, sebagai efektifitas komunikasi pemasaran, serta dalam proses pembelajaran sangat diharapkan mampu merangsang siswa agar bisa belajar lebih mandiri (Wicaksana & Rachman, 2022).

2.1.4 TikTok sebagai Platform Media Visual Interaktif

TikTok merupakan salah satu media sosial berbasis video pendek yang menonjolkan interaksi visual, musik, dan gerakan sebagai bentuk utama komunikasi. Diluncurkan secara global pada tahun 2018, TikTok telah menjadi fenomena budaya digital, terutama di kalangan generasi muda. Platform ini memungkinkan pengguna membuat, mengedit, dan membagikan video berdurasi singkat dengan berbagai efek visual dan audio, menjadikannya sebagai salah satu media visual paling interaktif saat ini (Anderson, 2020).

Keunikan TikTok terletak pada kemampuannya untuk menggabungkan unsur kreativitas, hiburan, dan partisipasi komunitas dalam satu ekosistem. Pengguna tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga kreator yang secara aktif membentuk narasi visual. Dalam konteks budaya, TikTok memungkinkan penyampaian nilai-nilai tradisional secara modern dan dinamis, termasuk dalam bentuk tarian daerah, pakaian adat, makanan khas, hingga cerita rakyat yang divisualisasikan secara menarik.

Fitur-fitur seperti filter, efek, potongan musik, serta algoritma berbasis "For You Page" (FYP) turut mendorong konten budaya menjadi viral dalam waktu singkat. Hal ini membuka peluang besar bagi pelestarian budaya visual seperti pakaian adat Karo yang divisualkan melalui akun seperti @Rumah Uis By Averiana. Interaktivitas TikTok memungkinkan pengguna untuk "duet", "stitch", atau memberikan respons langsung terhadap video lain, menciptakan dialog visual yang terus berkembang.

Dari perspektif komunikasi visual, TikTok memperkuat dominasi bentuk pesan non-verbal, seperti simbol, warna, bentuk, gerakan, dan ekspresi wajah. Hal ini menjadikan TikTok sebagai sarana yang sangat potensial dalam penyampaian pesan budaya yang bersifat simbolik dan tradisional, seperti makna filosofis di balik pakaian adat.

Studi oleh Ritonga dan Siregar.(2021) menemukan bahwa TikTok telah menjadi media efektif dalam menyampaikan konten edukatif berbasis budaya lokal karena kemampuannya mengemas pesan secara visual dan emosional. Penelitian ini mendukung premis bahwa TikTok tidak hanya platform hiburan, melainkan juga alat edukasi dan pelestarian budaya digital.

Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, TikTok diposisikan sebagai media visual interaktif yang memungkinkan representasi dan revitalisasi budaya Karo secara inovatif. Visualisasi pakaian adat, narasi sejarahnya, hingga gaya pemakaian dalam konteks modern dapat diangkat dalam bentuk video pendek yang mudah diakses dan dikonsumsi secara luas.

2.1.5 Peran Media Sosial dalam Strategi Komunikasi Budaya

Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi personal, tetapi telah menjadi strategi penting dalam menyebarluaskan nilai-nilai budaya. Komunikasi budaya melalui media sosial memungkinkan penyampaian simbol-simbol budaya seperti bahasa, pakaian, musik, dan ritual kepada khalayak luas melalui konten visual. Media sosial, khususnya TikTok, menjadi medium alternatif untuk memperkenalkan kembali budaya lokal kepada generasi digital yang lebih akrab dengan visual dan narasi ringkas.

Strategi komunikasi budaya melalui media sosial dilakukan dengan cara mengemas budaya tradisional dalam bentuk konten yang relevan dan menarik bagi pengguna modern. Visualisasi pakaian adat, seperti uis Karo, dipadukan dengan musik kontemporer atau storytelling yang menyentuh sisi emosional, menjadi lebih mudah diterima oleh audiens muda. Ini menjadi salah satu taktik dalam "cultural rebranding" yang bertujuan menjembatani tradisi dengan era digital.

Penggunaan estetika visual yang kuat menjadi kunci dalam strategi ini. Dalam praktiknya, elemen warna, bentuk, pola tradisional, serta aksesoris budaya dimanfaatkan untuk menciptakan daya tarik visual yang tinggi. Ketika pengguna media sosial tertarik secara visual, maka mereka cenderung menggali lebih dalam makna dan nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Hal ini memperkuat fungsi visual sebagai pintu masuk pemahaman budaya.

Selain itu, media sosial juga memungkinkan pembentukan komunitas virtual yang peduli terhadap pelestarian budaya. Komunitas ini dapat menjadi penguat dan penyebar pesan budaya ke berbagai lapisan masyarakat, baik lokal maupun internasional. Strategi komunikasi budaya menjadi lebih efektif ketika dilakukan secara kolektif oleh komunitas digital yang memiliki kesamaan nilai.

Dalam konteks ini, komunikator budaya seperti Averiana Barus menggunakan strategi branding personal sekaligus branding budaya untuk memperluas jangkauan pesan budaya Karo. Ia mengkombinasikan identitas pribadi dengan identitas etnik untuk menciptakan narasi yang autentik dan dapat dipercaya oleh audiens. Strategi ini menekankan pentingnya tokoh budaya sebagai aktor dalam komunikasi digital.

Media sosial juga mendukung proses visualisasi naratif yang memperkaya pemahaman budaya. Penggunaan caption, suara latar, bahkan sinematografi sederhana dalam video TikTok dapat memperdalam pengalaman budaya secara emosional. Hal ini membuat strategi komunikasi budaya tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif secara emosional dan estetis.

Dalam strategi komunikasi budaya, penting pula memahami algoritma dan tren media sosial. Konten budaya yang dikemas sesuai dengan tren populer

memiliki peluang lebih besar untuk tersebar luas. Oleh karena itu, kreator budaya harus mampu beradaptasi dengan dinamika digital tanpa kehilangan substansi budaya yang ingin disampaikan.

Akhirnya, strategi komunikasi budaya melalui media sosial harus didasarkan pada pemahaman audiens target. Generasi muda sebagai pengguna utama TikTok cenderung menyukai konten yang bersifat cepat, visual, dan emosional. Maka, pesan budaya harus dikemas secara ringkas namun kuat, melalui pendekatan estetika visual yang relevan dan menggugah.

2.1.6 Media Sosial dalam Pelestarian Budaya

a. Budaya

Identitas budaya merupakan konsep yang dimana menjelaskan bagaimana individu atau kelompok untuk mengidentifikasi diri mereka berdasarkan simbol simbol budaya, nilai nilai, dan norma yang mereka anut. Identitas budaya adalah manifestasi dari kepribadian dalam kebudayaan yang mencerminkan nilai nilai luhur suatu bangsa. Menurut Stuart Hall, Identitas budaya memiliki dua dimensi pemahaman utama. Pertama, identitas budaya dipandang sebagai sesuatu yang tetap dan di wariskan, yaitu sebagai kesamaan historis, keturunan, ciri ciri yang menyatukan individu kedalam suatu kelompok. Pemahaman ini menekankan aspek fisik dan simbolik sebagai penanda kelompok budaya. Namun, identitas juga dapat dipahami sebagai sesuatu yang terus berkembang melalui proses sosial dan representasi yang berlangsung sepanjang waktu (Roza et al., 2023).

Dalam konteks ini, representasi pakaian adat karo melalui akun tiktok @Rumah Uis By Averiana Barus menjadi sebuah sarana untuk memperkuat dan menyebarluaskan identitas budaya tersebut kepada khalayak yang lebih luas. Pakaian adat memiliki berbagai elemen yang kaya akan makna, seperti motif, warna, dan aksesoris yang digunakan. Setiap elemen yang ada didalam pakaian adat memiliki simbolisme yang berkaitan dengan budaya dan tradisi pada masyarakat. Misalnya, warna tertentu dapat melambangkan status sosial atau peran dalam masyarakat. Pakaian adat tidak hanya berfungsi untuk menutup tubuh, melainkan juga sebagai dari identitas sosial dan budaya.

Pakaian tradisional bukanlah hanya sekedar helai kain, melainkan mencerminkan kekayaan dan kebudayaan serta tradisi yang mengakar kuat di negara ini sejak zaman kuno. Lebih daripada itu, pakaian adat berfungsi sebagai simbol identitas, penanda sosial, dan wadah nilai-nilai luhur masyarakat. Kehadirannya seringkali mewakili keindahan dan kompleksitas budaya setempat yang tak lekang oleh waktu (Rosiana et al., 2025).

b. Simbol

Simbol merupakan sesuatu yang melambangkan berupa objek, tanda, isyarat, atau kata yang memiliki makna tertentu. Simbol merupakan sebuah pusat perhatian yang tertentu, sebuah sarana komunikasi dan landasan pemahaman bersama. Setiap komunikasi, dengan bahasa atau sarana yang lain menggunakan simbol (Wardani, 2010).

Simbol budaya yang ditampilkan oleh akun TikTok @Rumah Uis By Averiana mencakup berbagai elemen visual yang merepresentasikan identitas budaya karo. Simbol utama yang ditonjolkan adalah pakaian adat seperti uis gara, uis nipes, dan sarung gebeng, yang mengandung makna status sosial dan nilai adat. Selain itu, motif kain, warna seperti merah dan emas, serta aksesoris selempang dan penutup kepala memperkuat pesan budaya yang disampaikan. Penggunaan bahasa karo dalam narasi, caption, atau komentar juga menjadi simbol verbal yang memperkaya makna konten.

Konten video juga sering menampilkan latar budaya seperti musik tradisional, dan gaya berpakaian yang penuh makna simbolik. Gerak tubuh, cara memakai pakaian, serta ekspresi visual lainnya mencerminkan nilai sopan santun, kebanggaan etnik. Secara keseluruhan, simbol-simbol ini digunakan tidak hanya untuk memperindah tampilan, tetapi juga untuk menyampaikan pesan budaya secara visual dan memperkuat identitas budaya karo di era digital.

c. Nilai-nilai

Nilai-nilai merupakan prinsip atau keyakinan yang dijunjung tinggi oleh suatu masyarakat sebagai pedoman dalam bersikap, berpikir dan bertindak. Nilai membentuk pandangan hidup dan menjadi dasar dalam menentukan apa yang

dianggap baik, benar, dan pantas dalam budaya tertentu. Nilai merupakan sesuatu yang melekat pada suatu hal yang lain . yang menjadi bagian dari identitas sesuatu tersebut. Bentuk material dan abstrak di alam ini tidak bisa lepas dari nilai. Nilai memberikan definisi, identitas, dan indikasi dari setiap hal konkret ataupun abstrak (Susiatik & Sholichah, 2021).

Nilai nilai budaya karo yang ditampilkan melalui konten visual akun tiktok @Rumah Uis By Averiana mencerminkan berbagai aspek penting dalam pelestarian identitas etnik. Nilai utama yang menonjol adalah pelestarian budaya, yaitu upaya mempertahankan dan memperkenalkan kembali pakaian adat karo kepada generasi muda melalui media sosial. Disamping itu, nilai kebanggaan etnis tampak jelas melalui penyajian pakaian adat sebagai sesuatu yang indah, berkelas, dan layak dikenakan ruang publik modern. Nilai kreativitas dan inovasi budaya juga hadir melalui pengemasan visual yang menarik. Nilai kebersamaan dan penghormatan terhadap tradisi turut tergambar dalam narasi yang menekankan pentingnya makna pakaian adat dalam lingkungan keluarga dan acara adat. Nilai kesopanan juga tercermin dari cara berpakaian dan penyampaian konten yang tetap menjaga norma budaya. Dengan menyatukan berbagai nilai tersebut, akun ini tidak hanya berperan sebagai sarana edukatif yang menghidupkan kembali nilai nilai luhur budaya karo di tengah perkembangan media digital saat ini.

d. Norma

Norma merupakan aturan atau ketentuan yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi pedoman dan berperilaku, yang mengatur apa yang dianggap pantas, wajar, dan dapat diterima secara sosial. Norma bersumber dari nilai nilai budaya dan berfungsi menjaga keteraturan, harmoni, serta identitas dalam kehidupan sosial suatu komunitas. norma adalah ukuran, standar, yang berfungsi merumuskan bagaimana pola perilaku yang seharusnya dijalankan, dan berfungsi sejauhmana perilaku tersebut telah memenuhi standar yang ditentukan (Anwar, 2016).

Akun TikTok @Rumah Uis By Averiana juga merepresentasikan berbagai norma budaya Karo yang terwujud melalui cara berpakaian, penyajian konten, dan penggunaan simbol visual. Norma berpakaian adat, seperti menutup tubuh dengan

sopan dan penggunaan aksesoris yang sesuai dengan konteks budaya, menjadi hal yang dijaga dalam setiap konten. Pakaian adat tidak hanya dikenakan sebagai busana biasa, tetapi mengikuti aturan dan etika tertentu yang telah diwariskan secara turun-temurun. Norma ini menunjukkan bahwa pakaian adat Karo memiliki fungsi sosial dan spiritual yang tidak bisa dipisahkan dari nilai-nilai masyarakatnya.

Selain norma berpakaian, akun ini juga mencerminkan norma penghormatan terhadap adat dan leluhur, yang terlihat dari narasi konten yang menghargai makna budaya di balik setiap jenis kain dan motif. Pemilik akun menyajikan konten dengan gaya yang sopan, tidak berlebihan, dan tetap menghormati nilai-nilai lokal meski dikemas dalam format digital yang modern. Hal ini menandakan bahwa norma-norma tradisional tetap dapat dipertahankan di era media sosial, dan bahkan dapat dijadikan pedoman dalam membentuk konten yang edukatif serta berbudaya.

2.1.7 Peran Digitalisasi dalam Pelestarian Warisan Budaya

Digitalisasi telah menjadi strategi penting dalam pelestarian warisan budaya, termasuk budaya lokal seperti pakaian adat Karo. Dengan teknologi digital, artefak budaya dapat direkam, disimpan, dan disebarluaskan kepada masyarakat luas, terutama generasi muda. Proses digitalisasi ini memungkinkan budaya yang sebelumnya hanya hidup dalam komunitas terbatas kini dapat diakses secara global melalui media sosial, website, dan aplikasi edukatif.

Media sosial memainkan peran penting dalam mempertemukan antara teknologi dan budaya. Ketika budaya lokal direpresentasikan dalam bentuk konten digital, seperti video penggunaan pakaian adat Karo, maka terjadi proses pengarsipan dan diseminasi nilai budaya secara luas. Ini menciptakan ruang pelestarian yang tidak lagi terikat waktu dan tempat seperti pelestarian konvensional.

Digitalisasi budaya juga memungkinkan kolaborasi antara kreator, komunitas, dan institusi budaya. Akun-akun seperti @Rumah Uis By Averiana bisa menjadi pionir yang menggabungkan warisan tradisi dengan kecanggihan

teknologi untuk tujuan edukasi dan promosi budaya. Dengan konsistensi dan kreativitas, konten digital bisa membentuk arsip visual budaya yang hidup.

Selain itu, digitalisasi juga menciptakan ruang interaktif antara budaya dan audiens. Dalam media sosial, audiens tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga bisa memberikan komentar, membagikan, atau bahkan menciptakan ulang konten budaya. Interaktivitas ini menjadikan proses pelestarian budaya sebagai kegiatan kolektif dan partisipatif.

Peran digitalisasi juga memperluas jangkauan budaya lokal ke kancah internasional. Budaya Karo yang divisualisasikan di TikTok, misalnya, dapat dilihat oleh pengguna di berbagai negara. Ini membuka peluang untuk pengakuan budaya secara global dan membangun kebanggaan identitas lokal di tengah dominasi budaya populer asing.

Namun, penting juga untuk memastikan bahwa proses digitalisasi dilakukan secara etis. Tidak semua elemen budaya bisa dengan mudah dipublikasikan tanpa persetujuan komunitas pemilik budaya. Oleh karena itu, digitalisasi harus disertai dengan pemahaman mendalam tentang konteks budaya agar tidak terjadi reduksi makna atau komersialisasi yang berlebihan.

Dengan demikian, digitalisasi melalui media sosial bukan hanya alat teknologis, tetapi juga strategi kebudayaan yang berperan besar dalam menjaga eksistensi dan keberlanjutan budaya lokal di tengah arus modernitas. Hal ini sangat relevan bagi penelitian ini karena pakaian adat Karo yang ditampilkan secara visual di TikTok merupakan bentuk nyata dari pelestarian berbasis digital.

2.1.8 Strategi Visualisasi Budaya Tradisional di Media Baru

Strategi visualisasi budaya di media baru merupakan pendekatan kreatif untuk merepresentasikan nilai-nilai budaya melalui format digital yang menarik dan komunikatif. Dalam hal ini, pemilihan medium, gaya visual, narasi, serta unsur audio menjadi kunci keberhasilan dalam menyampaikan pesan budaya kepada audiens media sosial, khususnya generasi muda yang cenderung visual-oriented.

Salah satu strategi utama dalam visualisasi budaya tradisional adalah storytelling visual. Kreator budaya seperti Averiana Barus memanfaatkan narasi pendek dalam bentuk video TikTok yang tidak hanya menampilkan pakaian adat, tetapi juga menjelaskan sejarah, makna simbolik, dan tata cara penggunaannya. Narasi ini memperkuat pemahaman audiens dan menumbuhkan apresiasi terhadap nilai budaya.

Strategi visual juga harus adaptif terhadap tren dan algoritma media sosial. Menggunakan format populer seperti “transformation video,” “how-to dress,” atau “behind the scene” membuat konten budaya lebih relevan dengan selera digital masa kini. Hal ini membantu meningkatkan jangkauan tanpa harus mengorbankan nilai budaya yang dikandungnya.

Aspek estetika juga menjadi pertimbangan dalam strategi visualisasi. Penggunaan angle kamera yang menarik, pencahayaan yang tepat, dan perpaduan musik tradisional dengan visual modern menciptakan kesan profesional sekaligus autentik. Keseimbangan antara modernitas dan tradisi menjadi kunci untuk menjangkau hati audiens digital.

Strategi visualisasi budaya di media baru seperti TikTok harus mampu menjawab tantangan bagaimana mengemas budaya yang kaya akan makna dalam format yang singkat, cepat, namun tantangan ini memerlukan pemahaman mendalam tentang desain komunikasi visual, narasi budaya, serta dinamika media sosial.

Dengan penerapan strategi visualisasi yang tepat, budaya tradisional dapat tampil menarik di media baru tanpa kehilangan nilai aslinya. Hal ini menjadikan media sosial bukan hanya sebagai tempat hiburan, tetapi juga sebagai ruang strategis untuk pendidikan budaya dan pelestarian identitas lokal.

Berbagai praktik pelestarian budaya melalui media sosial kini menjadi fenomena yang umum di kalangan pegiat budaya dan generasi muda. TikTok, menjadi ruang utama untuk menampilkan dan membagikan konten budaya lokal dalam bentuk yang menarik, edukatif, dan visual. Platform-platform ini memfasilitasi proses rekonstruksi budaya ke dalam format digital tanpa menghilangkan nilai-nilai tradisional.

Salah satu nyata adalah akun TikTok @Rumah UisBy Averiana yang aktif menampilkan pakaian adat Karo. Dalam video-videonya, Averiana memperagakan cara memakai uis tradisional, menjelaskan filosofi di balik setiap kain, dan memperkenalkan konteks penggunaan dalam adat Karo. Praktik ini menjadi wujud nyata pelestarian budaya berbasis visual yang menjangkau pengguna dari berbagai latar belakang usia dan daerah.

Pelestarian budaya melalui media sosial tidak hanya dilakukan oleh individu atau komunitas budaya, tetapi juga oleh instansi pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat. Dinas Kebudayaan di berbagai daerah telah membuat kampanye video digital untuk memperkenalkan budaya lokal ke audiens digital, termasuk melalui lomba konten budaya di TikTok.

Yang menarik, praktik ini mendorong generasi muda untuk tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga kreator budaya. Banyak anak muda kini mulai membuat konten budaya di TikTok dengan mengangkat tema pakaian adat, bahasa daerah, dan musik tradisional. Fenomena ini mencerminkan proses regenerasi budaya yang berbasis pada partisipasi digital.

Namun, praktik ini juga memerlukan pemahaman etis tentang representasi budaya. Kreator perlu memiliki pengetahuan budaya yang memadai agar konten tidak bersifat merendahkan atau menyederhanakan makna budaya. Pendekatan yang sensitif dan berbasis riset menjadi penting agar pelestarian tidak berubah menjadi eksploitasi.

Praktik pelestarian budaya di media sosial, meskipun terbatas oleh durasi dan format, tetap memiliki dampak yang signifikan. Platform ini mampu menciptakan kesadaran kolektif baru tentang pentingnya menjaga warisan budaya di tengah dominasi budaya global yang homogen. Ini menjadi dasar penting dalam mengukur relevansi penelitian terhadap fenomena digitalisasi budaya.

Dengan semakin meluasnya contoh praktik seperti ini, pelestarian budaya melalui media sosial akan terus menjadi trend yang berpotensi besar, tidak hanya dalam mempertahankan warisan budaya tetapi juga menjadikannya sumber identitas dan kebanggaan di era digital.

2.1.9 Dampak Media Sosial terhadap Persepsi Generasi Muda

Media sosial memainkan peran penting dalam membentuk persepsi generasi muda terhadap budaya lokal. Generasi muda yang akrab dengan konten digital lebih mudah menerima dan memahami nilai-nilai budaya jika dikemas dalam bentuk visual, kreatif, dan sesuai dengan tren media sosial. Oleh karena itu, media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga medium pembentuk identitas dan sikap terhadap budaya.

Paparan terhadap konten budaya di TikTok atau Instagram dapat meningkatkan rasa ingin tahu dan ketertarikan generasi muda terhadap asal-usulnya. Ketika mereka melihat pakaian adat Karo dikenakan dengan bangga oleh kreator seperti Averiana Barus, maka persepsi tentang budaya yang "kuno" atau "usang" dapat berubah menjadi persepsi yang positif, relevan, dan membanggakan.

Media sosial juga memungkinkan proses refleksi budaya secara tidak langsung. Melalui komentar, diskusi, atau partisipasi dalam tren budaya, generasi muda mulai membangun hubungan emosional dengan budaya leluhur mereka. Hal ini penting dalam membentuk kesadaran budaya yang kuat di tengah arus globalisasi dan modernisasi yang serba cepat.

Selain itu, media sosial juga menghadirkan tekanan untuk mengikuti tren atau memperoleh validasi digital melalui likes dan views. Hal ini dapat menyebabkan terjadinya "komodifikasi budaya", di mana budaya ditampilkan bukan untuk pelestarian, tetapi untuk kepentingan popularitas semata. Dalam jangka panjang, ini bisa mengikis nilai sakral dan filosofis budaya.

Di sisi lain, media sosial juga bisa menjadi tempat afirmasi identitas. Generasi muda yang sering menyaksikan budaya lokal tampil secara estetik dan bermakna di media digital akan mulai memandang budaya mereka sebagai sesuatu yang bernilai dan layak dibanggakan. Persepsi ini akan memengaruhi sikap mereka dalam menjaga dan mempromosikan budaya lokal secara aktif.

Dalam konteks budaya Karo, persepsi generasi muda terhadap uis atau pakaian adat berubah dari sekadar pakaian upacara menjadi simbol identitas digital. Mereka mulai melihat bahwa mengenakan pakaian adat bisa menjadi

ekspresi budaya sekaligus gaya personal. Ini menunjukkan bahwa media sosial mampu mengubah cara budaya ditampilkan dan dipahami.

Dampak ini memberikan peluang sekaligus tantangan bagi pelestarian budaya ke depan. Strategi komunikasi budaya harus mampu memanfaatkan kekuatan visual media sosial sambil menjaga makna dan nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Pendidikan literasi budaya digital juga menjadi penting agar generasi muda tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga memahami dan menghayati konten budaya.

Dengan melihat berbagai dampak tersebut, penelitian ini berupaya memahami bagaimana media visual di TikTok, melalui akun @RumahUis_ByAverianaBarus, membentuk persepsi baru terhadap pakaian adat Karo di kalangan generasi muda, serta sejauh mana konten visual tersebut berkontribusi dalam pelestarian budaya secara berkelanjutan.

2.1.10 Branding Personal dan Kultural di Media Sosial

Personal branding merupakan proses strategis dalam membentuk persepsi publik terhadap individu dengan menekankan keunikan, nilai, dan kompetensi yang dimiliki. Media sosial menawarkan ruang interaktif yang memungkinkan individu menciptakan dan menyebarkan citra diri yang diinginkan kepada khalayak luas. Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube menjadi lahan strategis untuk membentuk personal branding karena mendukung konten berbasis visual, narasi, serta interaksi langsung dengan audiens. Hal ini memungkinkan proses branding tidak lagi hanya dimonopoli oleh perusahaan atau tokoh publik besar, tetapi juga oleh individu biasa dengan strategi yang tepat.

Personal branding juga berkaitan erat dengan kredibilitas dan autentisitas. Audiens cenderung merespons positif terhadap tokoh yang menampilkan keaslian, nilai, dan kejelasan pesan. Dalam konteks budaya, personal branding menjadi sarana penting dalam memperkenalkan identitas budaya sekaligus menempatkan diri sebagai agen perubahan yang relevan dalam perkembangan zaman.

Dengan kata lain, personal branding bukan hanya soal pencitraan, tetapi membentuk narasi yang berkelanjutan tentang siapa individu tersebut, apa nilai

yang mereka bawa, dan bagaimana mereka berkontribusi dalam ruang sosial, termasuk pelestarian budaya.

Representasi diri di media sosial melibatkan proses penyusunan identitas melalui simbol, narasi, dan gaya visual yang dipilih oleh pengguna. Dalam konteks budaya, representasi diri menjadi sarana untuk menampilkan warisan budaya, nilai lokal, serta pengalaman personal dalam format yang mudah dikonsumsi oleh publik. TikTok sebagai media berbasis video pendek sangat efektif dalam menampilkan representasi diri secara kreatif dan dinamis.

Pengguna media sosial memiliki kebebasan untuk menampilkan elemen budaya lokal, seperti pakaian adat, bahasa daerah, musik tradisional, dan narasi sejarah. Hal ini membentuk suatu wacana budaya baru yang tidak hanya mengakar pada tradisi, tetapi juga mengalami transformasi melalui praktik digital. Representasi diri menjadi jembatan antara identitas lokal dan eksistensi digital global.

Dalam hal ini, visualisasi menjadi elemen penting. Warna, pola, musik latar, dan gaya penyampaian visual menentukan cara audiens memaknai representasi budaya yang ditampilkan. Oleh karena itu, kemampuan untuk mengemas konten visual secara menarik menjadi bagian dari kompetensi komunikasi budaya di era digital.

Namun, representasi diri juga rentan terhadap stereotip dan simplifikasi budaya. Oleh sebab itu, penting bagi pembuat konten untuk tetap menjaga keaslian dan kedalaman makna budaya yang ingin disampaikan. Ini menciptakan tantangan tersendiri dalam menjaga keseimbangan antara estetika, popularitas, dan keakuratan budaya.

Konten kreator seperti Averiana Barus menjadi contoh bagaimana representasi diri dapat dikaitkan langsung dengan representasi budaya. Ia tidak hanya menampilkan dirinya sebagai individu, tetapi juga sebagai duta budaya Karo yang memperkenalkan warisan leluhur melalui format digital yang modern.

Figur publik memiliki peran strategis dalam menyebarkan nilai budaya lokal kepada masyarakat luas, terutama melalui media sosial. Mereka tidak hanya dikenal karena popularitasnya, tetapi juga karena kekuatan mereka dalam

membentuk opini publik dan memengaruhi gaya hidup, termasuk dalam hal apresiasi terhadap budaya lokal.

Dalam konteks pelestarian budaya, banyak figur publik yang mulai memanfaatkan platform digital untuk mengangkat budaya daerah masing-masing. Misalnya, penggunaan pakaian adat saat tampil di acara nasional, membuat konten edukatif tentang sejarah budaya, atau mempromosikan produk lokal berbasis warisan budaya. Mereka menjadi agen budaya yang menjembatani antara tradisi dan modernitas.

Peran ini semakin relevan di era digital karena figur publik dapat menjangkau audiens yang luas dan beragam, terutama generasi muda yang cenderung lebih banyak mengakses informasi melalui media sosial. Konten budaya yang disampaikan melalui figur publik lebih mudah diterima karena dibungkus dalam narasi yang relatable dan menginspirasi.

Namun demikian, penting bagi para figur publik untuk tetap memiliki pemahaman mendalam terhadap budaya yang mereka tampilkan. Tanpa pemahaman tersebut, representasi bisa berubah menjadi apropriasi budaya, yaitu penggunaan simbol budaya tanpa pemaknaan yang tepat. Oleh karena itu, peran edukatif dan kolaboratif sangat penting dalam praktik ini.

Averiana Barus adalah salah satu tokoh yang menonjol dalam upaya pelestarian budaya Karo melalui media sosial, khususnya TikTok. Akun @Rumah Uis By Averiana menjadi ruang digital yang tidak hanya mempromosikan pakaian adat Karo, tetapi juga mendokumentasikan sejarah, filosofi, dan makna budaya dari setiap uis yang ditampilkan.

Sebagai seorang perempuan Karo, Averiana membangun personal branding yang kuat sebagai pegiat budaya. Ia menggunakan strategi visual seperti pemilihan busana, latar musik tradisional, narasi sejarah, dan bahkan sketsa humor yang mengangkat isu-isu adat. Hal ini menjadikannya tokoh yang mampu menyampaikan budaya Karo dengan cara yang menarik dan komunikatif.

Averiana juga menjadi contoh bagaimana branding kultural dapat dikolaborasikan dengan personal branding. Ia tidak hanya menjual produk (uis), tetapi juga menjual cerita dan makna di balik produk tersebut. Strategi ini

membangun ikatan emosional dengan audiens serta meningkatkan kesadaran budaya di kalangan pengguna TikTok, terutama generasi muda.

Konsistensinya dalam membuat konten juga menunjukkan bagaimana seorang individu bisa menjadi aktor budaya digital yang berpengaruh. Ia memanfaatkan algoritma dan tren TikTok tanpa mengorbankan nilai budaya, justru mengangkatnya ke level yang lebih tinggi dan mudah diakses secara global.

Keberhasilan Averiana tidak hanya dilihat dari jumlah pengikut, tetapi juga dari pengaruh yang ia ciptakan dalam membentuk narasi positif tentang budaya Karo. Ia menciptakan ruang inklusif untuk diskusi budaya, serta menginspirasi banyak pengguna untuk kembali mencintai dan mengenakan pakaian adat.

Dengan demikian, studi ini menempatkan Averiana Barus sebagai figur sentral dalam analisis peran media sosial dalam pelestarian budaya lokal. Perannya menunjukkan bahwa media visual bukan sekadar alat hiburan, tetapi juga medium komunikasi budaya yang strategis.

2.1.11 Komunikasi Budaya

Komunikasi budaya merujuk pada proses penyampaian dan pertukaran pesan antar individu atau kelompok dari latar budaya yang berbeda. Dalam konteks pelestarian budaya, komunikasi budaya berfungsi sebagai alat untuk menjaga nilai-nilai tradisi sekaligus mengenalkan kepada masyarakat luas.

Komunikasi budaya adalah proses interaksi antara individu dari latar yang berbeda dan bertujuan untuk membangun pemahaman bersama. Hakikatnya terletak pada terciptanya saling pengertian melalui pertukaran pesan, nilai, dan makna (Lubis, 2019).

Dengan kata lain, adanya komunikasi budaya telah memberikan dampak positif untuk mempermudah bersosialisasi. Melalui komunikasi budaya, budaya berperan sebagai kerangka acuan dan menafsirkan pesan, sehingga komunikasi yang efektif sangat penting dalam masyarakat yang beragam.

Budaya visual (visual culture) merujuk pada cara masyarakat memahami dunia melalui representasi visual. Dalam era digital, budaya visual berkembang pesat seiring dengan dominasi media berbasis gambar dan video.

Di dalam media sosial, terutama TikTok, budaya visual tidak hanya terbentuk dari gambar statis, tetapi juga dari gerakan, musik, ekspresi wajah, dan efek visual yang menciptakan narasi tersendiri. Pengguna secara aktif menciptakan makna dan identitas melalui visual, menjadikan TikTok sebagai ruang produksi budaya visual kontemporer. Budaya visual ini bersifat kolaboratif dan partisipatif, karena setiap pengguna bisa menjadi pencipta sekaligus penafsir pesan.

Dalam konteks budaya lokal, visual culture di media digital memainkan peran penting dalam membangun kesadaran identitas etnik. Pakaian adat, tarian, simbol tradisional, dan ritual budaya dimasukkan dalam narasi visual yang mudah dicerna oleh audiens digital. Visualisasi pakaian adat Karo, misalnya, tidak hanya menampilkan keindahan estetika, tetapi juga menanamkan nilai-nilai identitas dan sejarah yang melekat di dalamnya.

Kekuatan visual culture juga terletak pada kemampuannya membentuk persepsi publik secara luas. Konten visual yang konsisten dan berulang akan membentuk "visual memory" atau ingatan kolektif. Jika budaya Karo sering ditampilkan secara positif dan konsisten di TikTok, maka akan muncul persepsi kolektif yang lebih kuat mengenai nilai dan eksistensi budaya tersebut di masyarakat digital.

Budaya visual dalam media digital juga menciptakan bentuk estetika baru yang disebut dengan digital aesthetic. Aestetika ini melibatkan penggunaan efek, filter, caption, dan musik yang selaras dengan tren digital saat ini. Meski bersifat modern, jika dikombinasikan secara bijak dengan unsur tradisional, dapat menciptakan bentuk visual yang efektif untuk menyampaikan pesan budaya.

Visual culture juga berkaitan erat dengan identitas dan representasi. Dalam dunia maya, identitas individu atau kelompok sering dibentuk melalui citra visual. Averiana Barus, misalnya, membangun identitas budaya Karo melalui representasi visual dirinya mengenakan pakaian adat, menunjukkan proses konstruksi identitas etnis melalui medium digital. Ini adalah contoh dari personal cultural branding berbasis visual culture.

Selain itu, budaya visual di media sosial memungkinkan terjadinya reinterpretasi budaya. Pengguna bisa mengadaptasi elemen budaya tradisional ke dalam konteks modern tanpa menghilangkan maknanya. Contohnya, memakai uis Karo dengan gaya busana modern di TikTok dapat menciptakan hubungan antara masa lalu dan masa kini yang mudah diterima oleh generasi muda.

Namun, budaya visual juga menyimpan risiko, yaitu simplifikasi atau distorsi makna budaya jika visualisasi tidak dilakukan secara hati-hati. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap nilai dan simbol budaya menjadi penting dalam menciptakan konten visual yang otentik dan bermakna. Visual culture, jika dikelola dengan baik, dapat menjadi alat efektif dalam pelestarian dan promosi budaya di era digital.

Visualisasi adalah proses mengubah ide, nilai, dan pesan menjadi bentuk visual yang dapat dilihat dan dipahami. Dalam konteks komunikasi budaya, visualisasi menjadi sarana penting untuk menyampaikan nilai-nilai budaya yang bersifat simbolik, naratif, maupun emosional. Melalui visualisasi, budaya yang sebelumnya bersifat lisan dan tak kasat mata dapat ditampilkan secara konkret dan menarik di media sosial.

Visualisasi memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan secara cepat dan efektif. Dibandingkan dengan teks, visual lebih mudah dipahami karena mengandalkan persepsi langsung. Dalam media sosial seperti TikTok, visualisasi digunakan untuk menggambarkan pakaian adat, pola kehidupan, tarian, dan simbol-simbol budaya yang berperan dalam memperkenalkan identitas etnik kepada khalayak luas.

Nilai budaya seperti gotong royong, identitas marga, hubungan antar-generasi, hingga filosofi hidup sering kali sulit disampaikan hanya melalui kata-kata. Di sinilah peran visualisasi menjadi signifikan. Misalnya, mengenakan uis Nipes yang khusus digunakan dalam upacara adat tertentu dapat merepresentasikan nilai spiritual dan penghormatan terhadap leluhur yang lebih kuat dibandingkan deskripsi verbal semata.

Visualisasi juga membantu proses edukasi budaya, khususnya untuk generasi muda yang lebih responsif terhadap konten visual. Pakaian adat Karo

yang ditampilkan dalam bentuk video pendek di TikTok, dengan narasi dan simbol yang tepat, mampu menarik perhatian serta meningkatkan minat untuk memahami budaya leluhur. Ini menunjukkan bahwa visualisasi dapat menjadi strategi komunikasi yang edukatif sekaligus persuasif.

Dalam dunia digital, visualisasi budaya juga menjadi bagian dari diplomasi budaya (cultural Visualisasi dalam komunikasi budaya juga menciptakan konektivitas emosional. Melalui visual yang menyentuh, audiens dapat merasakan nilai-nilai budaya secara lebih mendalam. Misalnya, ketika melihat seseorang mengenakan pakaian adat dengan penuh kebanggaan di TikTok, audiens mungkin merasa tergerak untuk mencari tahu lebih lanjut atau bahkan ikut melestarikan budaya tersebut.

Penggunaan teknologi seperti filter augmented reality (AR), animasi, atau video sinematik semakin memperkuat kemampuan visualisasi dalam menyampaikan nilai budaya. Teknologi ini memungkinkan kreator konten menghadirkan pengalaman budaya yang imersif dan interaktif. Namun, perlu adanya kehati-hatian agar teknologi tidak menggantikan makna budaya, melainkan memperkuat representasinya.

Dalam konteks skripsi ini, visualisasi berperan sebagai jembatan antara generasi muda dan nilai budaya Karo. TikTok menjadi medium visualisasi yang efektif karena mampu mengemas budaya dalam bentuk konten yang singkat, menarik, dan mudah diakses. Dengan memahami kekuatan visualisasi, kita dapat melihat bagaimana budaya tradisional bisa hidup kembali dalam dunia digital yang serba cepat.

2.2 Anggapan Dasar

Akun TikTok @Rumah Uis By Averiana Barus secara efektif dan konsisten memanfaatkan media visual sebagai media untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan melestarikan pakaian adat karo. Di asumsikan bahwa penyajian konten budaya yang dikemas secara menarik di platform digital mampu meningkatkan keterlibatan generasi muda serta memperkuat pemahaman tentang budaya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena komunikasi visual yang dilakukan oleh akun TikTok @Rumah Uis By Averiana dalam mempopulerkan ulang pakaian adat Karo. Penelitian kualitatif memberikan ruang eksplorasi terhadap makna, pengalaman, dan interpretasi subjek terhadap suatu peristiwa sosial dan budaya secara kontekstual. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin memahami secara mendalam praktik komunikasi budaya dalam media sosial secara alamiah dan tidak dimanipulasi.

Penelitian kualitatif menekankan pada proses, konteks, dan makna. Oleh karena itu, penelitian ini tidak bermaksud menguji hipotesis atau menggeneralisasi temuan, melainkan menggali fenomena dan memahami sudut pandang subjek yang terlibat dalam praktik komunikasi budaya tersebut. Penelitian ini bersifat interpretatif, artinya peneliti berperan aktif dalam menafsirkan data yang diperoleh dari narasumber, konten media, dan interaksi digital.

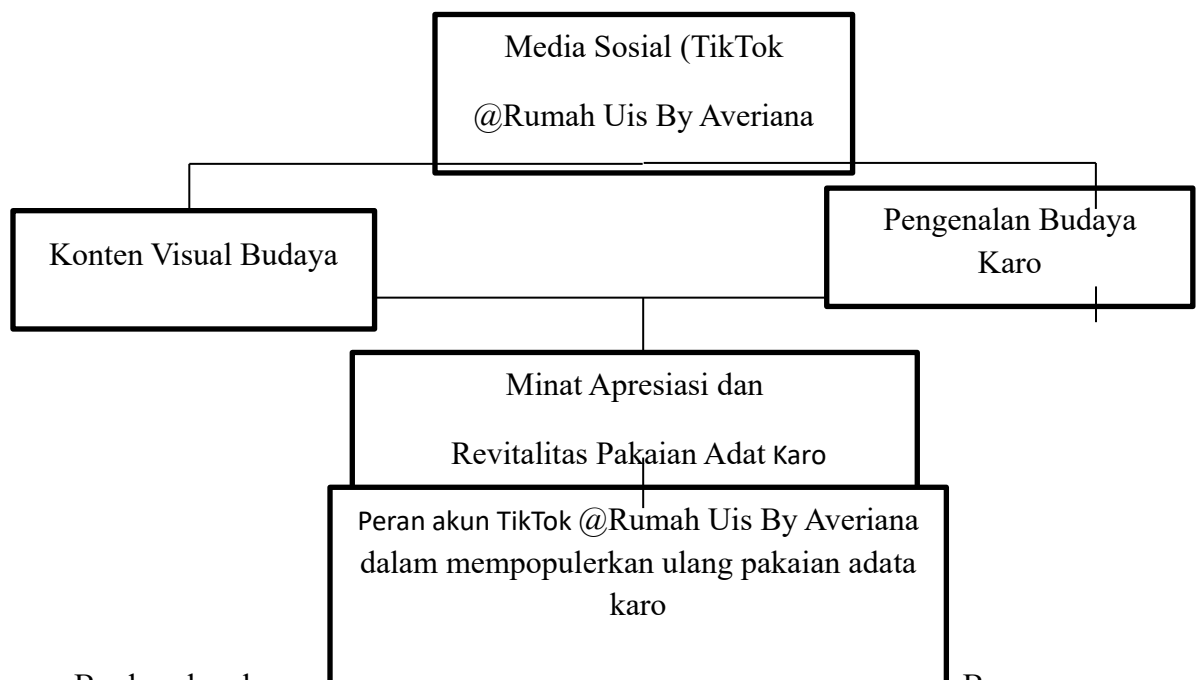
secara ringkas dapat dijelaskan bahwa deskriptif kualitatif adalah suatu metode yang dimana penelitian ini bergerak pada pendekatan kualitatif sederhana dengan alur induktif. Alur induktif ini maksudnya penelitian deskriptif kualitatif diawali dengan proses atau peristiwa penjelas yang akhirnya dapat ditarik suatu generalisasi yang merupakan sebuah kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut (Ruhansih, 2017).

Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi mendalam terhadap konten video, wawancara terstruktur dan mendalam dengan pemilik akun dan pengikut aktif, serta dokumentasi digital yang dianalisis dengan pendekatan semiotik dan naratif. Penelitian ini tidak hanya membahas TikTok sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai arena budaya tempat terjadinya negosiasi antara tradisi dan modernitas. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam kajian komunikasi visual, media

sosial, serta pelestarian budaya lokal di era digital yang semakin berkembang dan interaktif.

Maksud utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai cara simbol-simbol budaya Karo dikonstruksi, dimaknai, dan disebarluaskan melalui konten visual dalam platform TikTok. Simbol-simbol seperti *uis nipes*, *uis gara*, motif tradisional, warna khas adat, serta aksesoris budaya yang dikenakan, merupakan elemen-elemen visual yang tidak hanya merepresentasikan estetika pakaian, tetapi juga mengandung pesan budaya yang mendalam. Penelitian ini juga menyoroti penggunaan bahasa lokal, narasi, dan ekspresi non-verbal yang memperkuat pesan budaya tersebut. Dengan demikian, akun ini menjadi ruang artikulasi identitas dan media transmisi budaya, di mana nilai-nilai seperti pelestarian tradisi, kebanggaan etnis, sopan santun, serta penghormatan terhadap leluhur dan norma adat secara eksplisit maupun implisit ditampilkan kepada audiens digital.

3.2 Kerangka Konsep



Berdasarkan kerangka di atas akun TikTok @Rumah Uis By Averiana Barus dikelola oleh Averiana Barus sebagai konten kreator yang mengunggah video video mengenai pakaian adat karo. Konten berupa media visual menarik (video

singkat, storytelling, sejarah kain,) meningkatkan pemahaman budaya karo, menarik minat masyarakat khususnya generasi muda hingga akhirnya mendorong kepopuleran pakaian adat karo.

3.3 Definisi Konsep

Media Sosial Platform digital interaktif yang memungkinkan pengguna membuat, membagikan, dan berinteraksi dengan konten digital, seperti TikTok. Tiktok merupakan contoh nyata media sosial yang menekankan pada kekuatan visual interaktivitas melalui format video pendek. Dalam konteks budaya, media sosial berfungsi sebagai ruang publik virtual tempat pengguna menampilkan, nilai, dan ekspresi budaya mereka secara kreatif, sehingga efektif dalam pelestarian dan promosi budaya lokasi.

Komunikasi Visual Proses penyampaian pesan melalui elemen visual seperti gambar, warna, simbol, dan video yang dapat memengaruhi persepsi audiens. Dalam konteks media sosial, komunikasi visual memiliki peranan strategis karena daya tarik visual mampu menarik perhatian audiens secara cepat komunikasi visual mengandalkan interpretasi simbol dan elemen visual yang berfungsi menyampaikan pesan tanpa harus bergantung pada bahas variabel. Di Tiktok, komunikasi visual menjadi tulang punggung dalam menyampaikan makna karena format kontennya yang berbasis video pendek, yang dimana memadukan elemen gambar yang bergerak, warna, musik, dan ekspresi wajah. Elemen elemen ini dapat menyampaikan nilai budaya ddengan cara yang menyenangkan, dan mudah dipahami.

Personal Branding Strategi individu untuk membangun citra publik yang otentik dan menarik melalui narasi visual dan nilai pribadi. Konsep ini mencakup bagaimana seseorang membangun narasi visual dan nilai nilai yang ingin ditampilkan melalui digital. Dalam konteks akun Tiktokseperti @Rumah Uis By Averiana Barus, personal branding dilakukan dengan menampilkan konten yang konsisten seputar pakaian adat karo.

Pakaian Adat Karo Busana tradisional masyarakat Karo, seperti uis nipis dan uis gara, yang sarat akan nilai filosofis, simbolik, dan identitas budaya. Yang

digunakan untuk acara seperti ritual adat, perkawinan, dan kematian setiap motif dan warna memiliki simbolik status sosial dan hubungan kekeluargaan. Representasi pakaian ini dalam media sosial menjadi bentuk revitalisasi budaya yang tidak hanya menjaga keberlangsungan tradisi, tetapi juga memperkenalkan ulang warisan budaya kepada generasi digital saat ini.

3.4 Kategorisasi

Kategorisasi merupakan bagaimana cara mengukur suatu variabel penelitian sehingga diketahui jelas apa yang menjadi kategorisasi penelitian

Konsep Teoretis	Kategori Empiris
Peran Akun Tiktok @Rumah Uis By Averiana Dalam Mempopulerkan Ulang Pakaian Adat Karo Melalui MEDIA Visual	1. Simbol Budaya 2. Nilai 3. Norma

3.5 Informan atau Narasumber

Untuk melengkapi data yang akan dianalisis secara kualitatif maka dalam penelitian ini penulis mengambil narasumber untuk memberikan pandangan terhadap akun tiktok @rumah uis by averiana barus

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan narasumber, yaitu:

- 1). Averiana Barus sebagai kreator konten utama.
- 2). 3–5 pengikut aktif akun TikTok @RumahUis_ByAverianaBarus dari kalangan generasi muda Karo.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

- 1) Observasi Nonpartisipatif Peneliti mengamati konten TikTok tanpa terlibat langsung dalam proses pembuatan. Observasi ini mencakup pengamatan terhadap jenis konten, gaya visual, interaksi pengguna, dan pola penyajian pesan budaya.
- 2) Wawancara Terstruktur Wawancara terstruktur adalah teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang menggunakan daftar

pertanyaan tetap dan sistematis, diajukan dengan urutan dan redaksi yang sama kepada seluruh informan. Teknik ini memungkinkan data yang diperoleh lebih fokus, konsisten, dan mudah dianalisis. Dalam penelitian ini, wawancara terstruktur dilakukan kepada dua kelompok informan, yaitu pemilik akun TikTok @Rumah Uis By Averiana dan beberapa pengikut aktif, dengan tujuan untuk menggali makna simbol-simbol budaya, tujuan komunikasi, serta persepsi audiens terhadap konten visual yang ditampilkan.

- 3) Pertanyaan dalam wawancara disusun berdasarkan fokus penelitian, seperti pemahaman terhadap pakaian adat, simbol budaya, strategi penyampaian pesan, serta nilai dan norma budaya yang tercermin dalam konten. Wawancara direkam dengan izin narasumber, lalu ditranskripsi untuk dianalisis secara mendalam. Melalui teknik ini, peneliti tidak hanya memperoleh data deskriptif, tetapi juga data interpretatif yang merefleksikan pandangan dan pengalaman budaya dari masing-masing informan, sehingga memperkuat pendekatan kualitatif dalam memahami fenomena komunikasi budaya Karo di media sosial.
- 4) Dokumentasi Berupa arsip digital dari unggahan TikTok, komentar pengguna, statistik interaksi, tangkapan layar, serta bahan-bahan pendukung lainnya yang digunakan sebagai data visual dan naratif.

3.7 Teknik Analisis Data

Reduksi Data Menyaring informasi yang relevan dengan fokus penelitian, mengelompokkan data berdasarkan tema. Dalam mereduksi data akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai dan telah ditentukan sebelumnya. Reduksi data juga merupakan suatu proses berfikir kritis yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawan yang tinggi dalam memberikan gambaran penelitian.

Penyajian Data Menyusun data dalam bentuk narasi dan tematik, menggunakan tabel atau visualisasi jika diperlukan. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Selain itu dalam penelitian kualitatif penyajian

data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami.

Penarikan Kesimpulan Menafsirkan temuan untuk menjawab rumusan masalah dan menyusun implikasi teoretis serta praktis. dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu dan Lokasi Penelitian ini dilakukan pada Juli–Agustus 2025. Lokasi penelitian berfokus di Kota Medan dan Kabupaten Karo, Sumatera Utara, tempat tinggal dan basis komunitas budaya dari Averiana Barus serta pengikut kontennya. Analisis konten dilakukan secara daring melalui platform TikTok. Untuk keperluan wawancara dan dokumentasi tambahan, peneliti akan melakukan kunjungan langsung ke lokasi jika memungkinkan. Pengumpulan data juga akan dilakukan secara fleksibel baik daring maupun luring sesuai dengan situasi dan kesiapan narasumber.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Hasil penelitian dan pembahasan mengenai “*Peran Akun TikTok @Rumah Uis By Averiana Dalam Mempopulerkan Ulang Pakaian Adat Karo Melalui Media Visual* “. Data penelitian diperoleh melalui observasi terhadap konten tiktok. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan strategi komunikasi visual, serta dampak konten budaya yang ditampilkan terhadap audiens.

Data diperoleh melalui wawancara terstruktur, observasi langsung terhadap konten,serta dokumentasi digital. Seluruh data dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan berlandaskan teori komunikasi visual, komunikasi budaya, serta konsep personal branding. Pada bab ini tidak hanya menyajikan data apa adanya, tetapi juga menghubungkan antara temuan teori dan penelitian terdahulu agar menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang dikaji.

4.1.1 Objek Penelitian dan Informan Penelitian

Objek utama dalam penelitian ini adalah akun Tiktok @Rumah Uis By Averiana, sebuah akun yang secara konsisten mengangkat konten mengenai pakaian adat karu. Keator akun, Averiana Barus, menampilkan berbagai bentuk busana adat seperti uis nipes,sarung gebeng, hingga pakaian yang dimodif dengan motif adat karu. Konten tidak hanya menampilkan aspek visual semata, tetapi juga memberikan edukasi singkat mengenai pemakaian kain atau uis dalam konteks adat maupun modern.

Lokasi penelitian mencakup kota, medan yang beralamat di Jl. Jamin Ginting Km. 8 NO. 252A, Medan Sumatera Utara dan Kabupaten Karo, karna keduanya merupakan pusat aktivitas budaya sekaligus basis audiens konten tersebut. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik

purposive sampling, yakni berdasarkan pertimbangan relevansi terhadap masalah penelitian. Informan terdiri dari Averiana Barus selaku kreator dan lima orang pengikut aktif berusia 20-30 tahun yang secara rutin berinteraksi dengan konten.

4.1.2 Temuan Penelitian

Hasil observasi menunjukkan bahwa akun ini mengemas konten video dalam bentuk video singkat berdurasi 15-60 detik. Konten menampilkan uis karo yang dipadukan dengan busana modern, penggunaan musik latar yang bervariasi, serta penyertaan narasi singkat mengenai makna simbolik. Strategi ini membuat pakaian adat tidak hanya terlihat sebagai symbol masa lalu, melainkan juga sesuatu yang relevan dan dapat dipakai dalam kehidupan sehari-hari.

Dari sisi komunikasi visual, konten menekankan aspek estetika dengan pencahayaan, pemilihan warna kain, serta pengambil gambar yang memperkuat daya tarik visual. Hal ini sejalan dengan konsep personal branding yang dibangun creator, yakni menampilkan citra diri sebagai duta budaya karo yang kreatif, modern, dan dekat dengan masyarakat atau generasi muda.

Selain itu, peneliti menemukan adanya symbol, nilai, dan norma budaya yang ditonjolkan melalui konten. Symbol terlihat dari motif kain, warna merah dan emas, serta aksesoris adat yang menyertai busana. Nilai budaya yang ditonjolkan meliputi rasa kebanggaan, dan pelestarian identitas. Norma tercermin dari tata cara pemakaian uis yang sesuai dengan aturan adat karo. Dengan demikian, akun ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media edukasi budaya.

4.1.3 Hasil Wawancara

Wawancara terstruktur yang dilakukan terhadap enam informan memberikan pemahaman yang mendalam mengenai kontribusi akun TikTok @Rumah Uis by Averiana dalam konteks pelestarian budaya Karo, khususnya busana adat uis. Media sosial, dalam hal ini TikTok, dipandang sebagai medium baru yang bukan hanya berfungsi untuk hiburan,

melainkan juga sebagai ruang edukasi, revitalisasi, serta transformasi budaya. Pemahaman ini terungkap dari beragam perspektif yang disampaikan oleh keenam informan dengan latar belakang yang berbeda, mulai dari kreator, mahasiswa/i, pekerja kreatif, dan Ibu Rumah Tangga. Perbedaan latar belakang tersebut memperlihatkan bagaimana konten budaya digital dapat diinterpretasikan secara luas, baik sebagai sumber pengetahuan, sarana penguatan identitas, hingga jembatan emosional.

Informan pertama, Averiana Barus, merupakan kreator sekaligus pengelola akun TikTok @Rumah Uis By Averiana. Dalam wawancara, ia menjelaskan bahwa motivasi utamanya dalam membuat konten adalah keinginan untuk menjadikan media sosial sebagai sarana strategis memperkenalkan kembali budaya Karo kepada generasi muda. Menurutnya, konsistensi dan kreativitas visual merupakan kunci agar pesan budaya dapat diterima secara positif. Ia menegaskan : *“Media sosial yang memiliki jangkauan luas merupakan peluang untuk memperkenalkan kembali budaya kepada generasi muda yang kini lebih akrab dengan teknologi digital. Konsistensi dan kreativitas visual adalah kunci agar pesan budaya dapat diterima secara positif... Saya melihat posisi saya bukan sekadar produsen konten, melainkan sebagai agen pelestarian budaya yang menghubungkan tradisi dengan generasi modern melalui strategi komunikasi yang adaptif.”*

Keterangan di atas menunjukkan bahwa peran kreator tidak hanya sebatas produsen konten hiburan, melainkan juga agen pelestarian budaya. Dengan kata lain, fungsi media sosial tidak lagi terbatas pada sarana ekspresi, tetapi berkembang menjadi instrumen edukasi budaya.

Averiana juga menambahkan bahwa setiap konten yang dibuatnya tidak hanya menampilkan aspek estetika uis, tetapi juga mengandung dimensi edukatif dan moral. Hal ini selaras dengan misinya untuk menanamkan kesadaran budaya pada generasi muda. Ia menuturkan: *“Setiap konten yang saya buat tidak hanya bertujuan memperlihatkan keindahan Saya ingin anak-anak muda Karo memahami*

bahwa memakai uis bukan sekadar bergaya, melainkan bentuk penghormatan terhadap leluhur.” Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa konten budaya yang dikelola tidak semata diarahkan pada aspek estetika, melainkan juga mengandung nilai simbolis sebagai penguat identitas kultural. Dengan demikian, keberadaan akun ini berfungsi ganda, yakni sebagai media promosi dan media pendidikan kultural.

Dalam kaitannya dengan daya tarik generasi muda, Averiana menyadari bahwa media digital menuntut adanya inovasi agar pesan budaya tetap relevan. Oleh karena itu, ia berusaha menghadirkan konten yang adaptif terhadap selera audiens, misalnya dengan menggabungkan musik modern dan gaya visual populer. Ia menegaskan: *“Jika kita hanya menampilkan budaya dengan cara lama, anak muda mungkin tidak tertarik. Karena itu, saya mencoba memadukan musik modern, gaya sinematografi, dan tren visual yang sedang digemari. Dengan cara ini, pesan budaya bisa masuk lebih halus dan terasa menyenangkan.”*

Uraian ini memperlihatkan bahwa strategi kreatif dalam pengemasan konten menjadi faktor penting agar pesan budaya dapat bersaing di tengah derasnya arus hiburan digital. Dengan mengombinasikan tradisi dan modernitas, Averiana berupaya menciptakan jembatan antara warisan budaya dengan tren kekinian.

Selain menekankan aspek kreativitas, ia juga menyoroti pentingnya konsistensi dalam menghadirkan konten. Menurutnya, keberlanjutan pelestarian budaya melalui media sosial hanya dapat terwujud apabila kreator memiliki komitmen jangka panjang dan keseriusan dalam berkarya. Ia menuturkan: *“Saya percaya bahwa konsistensi adalah bentuk kesungguhan. Jika kita serius melestarikan budaya, maka kita harus rutin menghadirkan konten. Audiens akan menilai keseriusan itu, dan dari sana terbentuk kepercayaan serta dukungan terhadap misi budaya yang kita bawa.”*

Dari keseluruhan pernyataan Averiana dapat dipahami bahwa keberhasilan pelestarian budaya di media sosial ditentukan oleh tiga faktor utama, yaitu:

- (1) kreativitas dalam pengemasan konten,
- (2) nilai moral dan edukatif yang disisipkan dalam setiap unggahan, dan
- (3) konsistensi dalam berkarya sebagai bentuk komitmen pelestarian budaya

Informan Kedua (Revando Tarigan 21 Tahun)

Informan kedua adalah seorang mahasiswa berusia 22 tahun. Ia mengaku bahwa sebelum mengikuti akun @Rumah Uis By Averiana, pengetahuannya mengenai *uis* Karo masih terbatas dan hanya bersifat permukaan. Hal ini menunjukkan adanya keterbatasan pengetahuan budaya di kalangan generasi muda, khususnya terkait keragaman dan makna filosofis busana adat.

Namun, setelah secara rutin menyimak konten yang ditampilkan, ia merasakan adanya peningkatan pengetahuan yang signifikan. Informan ini bahkan mengaku mampu membedakan jenis-jenis *uis* Karo serta memahami makna filosofis yang terkandung di dalamnya. Konten tersebut juga menumbuhkan rasa bangga sebagai bagian dari etnis Karo dan mendorongnya untuk berpartisipasi dalam pelestarian budaya melalui penggunaan busana adat. Ia menuturkan: *“Sebelum mengikuti akun tersebut, pemahaman saya mengenai uis Karo sangat terbatas... Namun, setelah mengonsumsi konten yang disajikan, pengetahuan saya bertambah secara signifikan hingga saya mampu membedakan jenis-jenis uis Karo. Lebih dari itu, konten tersebut menumbuhkan rasa bangga sebagai bagian dari etnis Karo.”*

Pernyataan ini menunjukkan bahwa konten budaya di media sosial berpotensi membangun identitas kultural sekaligus memperkuat rasa memiliki terhadap warisan leluhur. Dengan kata lain, media digital berperan bukan hanya sebagai ruang distribusi informasi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan kesadaran budaya.

Informan Ketiga (Ibu Nur Tarigan 45 Tahun)

Informan ketiga adalah seorang Ibu Rumah Tangga berusia 45 tahun. Ia menilai bahwa akun @Rumah Uis By Averiana tidak hanya menonjolkan sisi estetika, melainkan juga memberikan edukasi praktis yang dapat langsung diterapkan. Konten berupa tutorial pemakaian serta penjelasan sejarah singkat menjadi daya tarik tersendiri karena menghadirkan pengetahuan yang aplikatif.

Pengalaman ini mendorong informan untuk tidak hanya sekadar mengetahui, tetapi juga mengambil tindakan nyata dengan membeli dan menggunakan *uis* pada acara keluarga. Hal ini memperlihatkan bahwa edukasi berbasis praktik mampu mengubah pola perilaku budaya generasi muda. Ia menyatakan: *“Akun tersebut tidak hanya menampilkan visual keindahan uis, melainkan juga memberikan pengetahuan praktis melalui tutorial pemakaian serta penjelasan kegunaannya.”*

Uraian tersebut memperlihatkan bahwa konten budaya digital memiliki fungsi ganda: selain meningkatkan pengetahuan, juga mendorong lahirnya partisipasi aktif dalam bentuk konsumsi dan penggunaan produk budaya.

Informan Keempat (Rikky Ginting 24 Tahun)

Informan keempat, seorang pekerja berusia 24 tahun, memberikan perspektif dari sudut pandang estetika digital. Ia menilai bahwa kekuatan konten tidak hanya terletak pada substansi budaya, tetapi juga pada kreativitas pengemasan. Inovasi dalam mengombinasikan musik modern dengan visual pakaian adat dianggap sebagai strategi efektif untuk menarik perhatian generasi muda yang cenderung menyukai tren kekinian. Dalam keterangannya, ia menyatakan: *“Kekuatan konten bukan semata pada substansi budaya, tetapi juga pada kreativitas pengemasan. Inovasi ini menjadikan pesan budaya lebih mudah diterima.”*

Pernyataan ini menunjukkan bahwa keberhasilan penyampaian pesan budaya di media sosial tidak hanya ditentukan oleh isi, tetapi juga oleh bentuk penyajian yang adaptif. Dengan demikian, dapat dipahami

bahwa pelestarian budaya di ruang digital memerlukan strategi komunikasi yang kreatif agar mampu bersaing dengan konten hiburan lainnya.

Informan Kelima (Arca Ginting 21 Tahun)

Informan kelima adalah seorang mahasiswi perantauan berusia 22 tahun. Perspektif yang ia sampaikan lebih menekankan pada aspek emosional dan identitas diri. Menurutnya, konten mengenai filosofi warna dan motif uis memberinya kedekatan emosional dengan budaya leluhur, meskipun secara geografis ia jauh dari kampung halaman. Dalam penuturannya, ia menyampaikan: *“Konten mengenai filosofi warna dan motif uis memberiku ikatan emosional dengan budaya leluhur. TikTok menjadi jembatan yang menghubungkan saya dengan nilai budaya Karo sekaligus menumbuhkan rasa bangga dan kerinduan pada tanah asal.”*

Keterangan ini memperlihatkan bahwa media digital dapat berfungsi sebagai jembatan identitas kultural bagi masyarakat perantau. Dengan demikian, pelestarian budaya melalui media sosial bukan hanya menyasar masyarakat lokal, tetapi

Informan Keenam (Immanuel 23 Tahun)

Informan terakhir adalah seorang pemuda berusia 23 tahun. Ia mengaku bahwa sebelum mengikuti akun @Rumah Uis By Averiana, pemahamannya mengenai uis masih sebatas busana adat yang digunakan dalam upacara tertentu. Namun, setelah menonton berbagai video, ia mulai memahami bahwa setiap motif uis memiliki makna filosofis yang mendalam.

Perubahan pemahaman ini turut mendorongnya untuk mengenakan uis tidak hanya pada acara adat, tetapi juga dalam kegiatan non-formal seperti pesta modern atau acara organisasi. Ia mengatakan : *“Sebelum menonton akun tersebut, saya hanya mengenal uis sebagai busana adat yang digunakan dalam upacara tertentu. Namun, setelah menonton berbagai video, saya memahami bahwa setiap motif memiliki makna yang mendalam.”*

Dari kutipan tersebut dapat dipahami bahwa media digital berperan dalam memperluas fungsi kultural uis dari yang semula terbatas pada ruang seremonial menjadi lebih fleksibel dan kontekstual dalam kehidupan modern.

Berdasarkan enam wawancara yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa akun TikTok @Rumah Uis by Averiana berperan sebagai media edukasi, promosi, sekaligus pelestarian budaya. Konten yang disajikan mampu meningkatkan pengetahuan, menumbuhkan rasa bangga, memperkuat ikatan emosional, serta memperluas relevansi penggunaan uis dalam berbagai konteks. Dengan kata lain, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam melestarikan budaya lokal di era digital. Jika dicermati secara keseluruhan, hasil wawancara ini memperlihatkan bahwa akun TikTok @Rumah Uis by Averiana memiliki kontribusi multidimensi terhadap pelestarian budaya Karo. Pertama, kontribusi edukatif terlihat dari peningkatan pengetahuan generasi muda mengenai ragam, fungsi, dan makna filosofis uis. Kedua, terdapat dimensi afektif berupa tumbuhnya rasa bangga terhadap identitas etnis, baik di kalangan yang tinggal di daerah asal maupun di perantauan. Ketiga, dampak praktis ditunjukkan melalui perubahan perilaku konsumsi budaya, di mana generasi muda terdorong untuk membeli dan menggunakan uis dalam berbagai kesempatan. Keempat, kreativitas pengemasan konten berhasil mengadaptasi budaya tradisional ke dalam selera modern sehingga lebih relevan dengan generasi saat ini. Kelima, media sosial berfungsi sebagai jembatan emosional yang mempererat ikatan kultural meski terpisah oleh jarak geografis.

Dengan demikian, konten yang dihasilkan oleh akun ini tidak semata-mata bersifat hiburan, melainkan juga berperan sebagai instrumen edukasi, revitalisasi budaya, dan transformasi nilai. Perpaduan antara tradisi dengan media digital memperlihatkan bahwa pelestarian budaya di era modern tidak harus selalu dilakukan melalui cara-cara konvensional,

melainkan dapat memanfaatkan teknologi yang lebih dekat dengan keseharian generasi muda. Hasil wawancara ini sekaligus menegaskan bahwa keberadaan media sosial, khususnya TikTok, berpotensi menjadi ruang strategis dalam upaya pewarisan budaya lokal kepada generasi berikutnya.

4.1.4 Hasil Observasi dan Dokumentasi

Observasi yang dilakukan pada akun TikTok @Rumah Uis By Averiana menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan secara konsisten menampilkan pakaian adat Karo dalam berbagai bentuk, baik tradisional maupun modern. Setiap unggahan disajikan dalam format video singkat berdurasi 15–60 detik yang menekankan pada estetika visual. Pencahayaan yang baik, penggunaan warna kontras, serta sudut pengambilan gambar yang variatif menjadikan pakaian adat terlihat menarik dan sesuai dengan tren media sosial saat ini.

Dokumentasi visual memperlihatkan bahwa Averiana Barus kerap menampilkan berbagai jenis uis, seperti *uis nipes*, *uis gara*, dan *sarung gebeng*. Setiap kain ditampilkan dengan kombinasi busana modern, sehingga memperlihatkan proses adaptasi budaya tradisional ke dalam gaya hidup kontemporer. Dalam beberapa konten, Averiana juga menggunakan musik tradisional Karo sebagai latar, yang dipadukan dengan musik populer, sehingga menghadirkan nuansa lokal yang tetap relevan dengan selera generasi muda.

Selain menonjolkan pakaian adat, dokumentasi menunjukkan adanya narasi singkat yang disisipkan dalam bentuk teks di layar maupun keterangan (caption). Narasi tersebut menjelaskan filosofi, fungsi, dan konteks penggunaan uis dalam acara adat, seperti perkawinan, pesta tahunan, maupun upacara kematian. Hal ini memperkuat fungsi konten sebagai media edukasi, bukan sekadar hiburan atau promosi.

Observasi juga mencatat bahwa akun ini aktif menggunakan fitur Live TikTok, di mana interaksi real time antara kreator dengan audiens terjadi. Melalui fitur ini, penonton dapat langsung bertanya tentang harga, kualitas, maupun cara pemesanan uis. Dokumentasi interaksi ini memperlihatkan adanya dialog budaya

antara kreator dan audiens yang berfungsi memperluas pengetahuan masyarakat tentang pakaian adat Karo.

Lebih lanjut, komentar-komentar dari audiens yang terdokumentasi pada unggahan menunjukkan antusiasme yang tinggi. Banyak pengguna TikTok yang mengungkapkan kebanggaan terhadap budaya Karo dan merasa terinspirasi untuk mengenakan uis pada acara tertentu. Ada pula komentar dari audiens non-Karo yang mengapresiasi keindahan kain tradisional tersebut, menunjukkan bahwa konten telah menjangkau audiens lintas budaya.

Dengan demikian, hasil observasi dan dokumentasi memperlihatkan bahwa akun TikTok @Rumah Uis By Averiana bukan hanya sekadar etalase digital untuk mempromosikan produk, tetapi juga berfungsi sebagai arsip visual budaya. Konten yang dihasilkan berperan dalam memperkuat identitas, menumbuhkan kebanggaan etnis, serta mentransformasikan pakaian adat Karo agar tetap hidup di tengah arus modernisasi dan globalisasi.



Gambar 4.1. Konten TikTok @RumahUis_ByAveriana Menampilkan Uis Gara

(Sumber: Tangkapan layar akun TikTok @Rumah Uis By Averiana, 2025)

Gambar ini menunjukkan tangkapan layar salah satu video TikTok yang menampilkan *uis gara*, salah satu kain adat Karo yang kerap digunakan dalam upacara adat perkawinan maupun kematian. Pemilihan warna merah dan hitam yang dominan memperlihatkan filosofi keberanian dan wibawa dalam masyarakat Karo. Dokumentasi ini menegaskan bagaimana media sosial berfungsi sebagai sarana edukasi visual, di mana pakaian adat ditampilkan dengan estetika modern tanpa menghilangkan nilai tradisionalnya.



Gambar 4.2. Konten Promosi Produk Uis

(Sumber: Tangkapan layar akun TikTok @ Rumah Uis By Averiana, 2025)

Gambar ini memperlihatkan tanggapan positif dari audiens pada konten budaya yang ditampilkan. Komentar seperti ungkapan kebanggaan, keinginan untuk membeli, atau dorongan untuk kembali mengenakan uis menunjukkan bahwa konten berhasil membangkitkan rasa cinta budaya. Dokumentasi ini mendukung analisis bahwa media sosial memiliki kekuatan untuk mengubah persepsi generasi muda terhadap pakaian adat Karo, dari yang dianggap kuno menjadi simbol kebanggaan etnis.



Gambar 4.3. Kombinasi Uis Nipes dengan Busana Modern
(Sumber: Tangkapan layar akun TikTok @ Rumah Uis By Averiana, 2025)

Gambar ini mendokumentasikan video Averiana Barus yang memadukan *uis nipes* dengan gaun bergaya modern. Konsep ini menggambarkan strategi transformasi budaya, yaitu menjadikan kain tradisional tetap relevan dalam dunia fashion masa kini. Observasi memperlihatkan bahwa konten semacam ini menarik perhatian generasi muda, karena menghadirkan perpaduan antara identitas lokal dan tren global.



Gambar 4.4. Respon Audiens pada Kolom Komentar
(Sumber: Tangkapan layar akun TikTok @RumahUis By Averiana, 2025)

Gambar ini merupakan dokumentasi sesi *live streaming* akun @RumahUis_ByAveriana, di mana kreator berinteraksi langsung dengan audiens. Terlihat adanya kolom komentar aktif yang menanyakan tentang harga, cara pemakaian, hingga filosofi kain. Dokumentasi ini membuktikan bahwa akun TikTok tidak hanya berperan sebagai media promosi, tetapi juga sebagai ruang dialog budaya yang memungkinkan audiens berpartisipasi aktif dalam proses pelestarian pakaian adat.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, khususnya TikTok, dapat menjadi sarana strategis dalam upaya pelestarian budaya lokal. Hasil wawancara dengan enam informan mengungkapkan bahwa akun TikTok @Rumah Uis by Averiana berperan dalam memberikan edukasi, memperkuat identitas etnis, membentuk perilaku konsumsi budaya, serta menumbuhkan keterhubungan emosional generasi muda terhadap budaya Karo. Dalam

pendekatan kualitatif deskriptif, pembahasan ini bertujuan untuk menginterpretasikan makna dari data lapangan secara mendalam, sehingga dapat memberikan pemahaman holistik mengenai fenomena yang diteliti.

4.2.1 Peran Akun TikTok @Rumah Uis By Averiana

Akun TikTok @Rumah Uis By Averiana memiliki kontribusi strategis dalam ranah komunikasi budaya digital. Sebagai kreator konten, Averiana Barus tidak hanya menampilkan produk pakaian adat, tetapi juga mengemasnya dengan sentuhan visual yang mampu menjangkau generasi muda. Penelitian ini menemukan bahwa strategi penyajian visual yang dilakukan sangat relevan dengan teori komunikasi visual, yang menekankan kekuatan gambar, warna, musik, dan simbol dalam membentuk persepsi audiens (Hall, 2019).

Konten yang dibuat oleh akun ini mencakup berbagai bentuk, mulai dari video tutorial cara mengenakan uis, storytelling singkat tentang filosofi kain adat, hingga konten tren yang mengikuti challenge populer di TikTok. Diversifikasi konten ini penting karena sejalan dengan karakteristik generasi Z yang menyukai variasi bentuk pesan singkat, interaktif, dan menghibur.

Hasil wawancara dengan beberapa pengikut akun menunjukkan bahwa banyak dari mereka baru mengetahui jenis-jenis uis (seperti *uis nipes* dan *uis gara*) setelah menonton konten Averiana. Hal ini menegaskan bahwa akun TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, melainkan juga sebagai sarana edukasi budaya.

Lebih lanjut, interaksi dengan audiens melalui komentar dan fitur live memperkuat posisi akun ini sebagai ruang diskusi budaya. Generasi muda dapat bertanya langsung mengenai harga, makna simbolik, maupun cara pemakaian uis, dan mendapatkan respons real time dari kreator. Pola komunikasi dua arah ini sesuai dengan ciri media sosial sebagai instrumen komunikasi interaktif, berbeda dengan media konvensional yang bersifat satu arah.

Selain itu, Averiana Barus juga membangun personal branding sebagai duta budaya Karo. Citra ini terbentuk melalui konsistensi konten, penggunaan bahasa Karo dalam beberapa narasi, serta cara penyampaian yang sederhana namun tetap menjaga nilai adat. Branding ini membuat akun tersebut memiliki

kredibilitas tinggi di mata audiens, tidak hanya sebagai penjual, tetapi juga sebagai figur yang autentik dalam memperkenalkan budaya Karo.

4.2.2 Peran Akun TikTok dalam Pelestarian Pakaian Budaya Karo

Peran akun TikTok @Rumah Uis By Averiana tidak berhenti pada aspek promosi, melainkan meluas ke ranah pelestarian budaya. Hal ini terlihat dari beberapa dimensi penting berikut:

1. Dimensi Edukasi Konten yang menjelaskan filosofi uis memberikan pengetahuan baru kepada audiens. Misalnya, warna merah pada uis melambangkan keberanian, sedangkan motif tertentu mencerminkan status sosial. Pengetahuan seperti ini jarang diperoleh generasi muda melalui jalur formal, sehingga kehadiran konten digital menjadi pelengkap edukasi budaya.
2. Dimensi Identitas Konten pakaian adat memunculkan kebanggaan etnis di kalangan masyarakat Karo. Generasi muda yang sebelumnya menganggap uis sebagai busana kuno kini mulai melihatnya sebagai simbol identitas yang bernilai tinggi. Observasi menunjukkan bahwa beberapa audiens mulai mengenakan uis dalam acara non-adat, seperti wisuda atau pesta keluarga, setelah terinspirasi dari TikTok Averiana.
3. Dimensi Transformasi Budaya Akun ini berhasil menghubungkan tradisi dengan tren modern. Contohnya, perpaduan uis dengan busana kasual atau gaun modern yang ditampilkan dalam konten membuat pakaian adat lebih fleksibel dan sesuai dengan gaya hidup urban. Transformasi ini penting agar pakaian adat tidak hanya hidup dalam upacara adat, tetapi juga hadir dalam kehidupan sehari-hari.
4. Dimensi Revitalisasi Sosial Wawancara dengan informan menunjukkan bahwa keberadaan akun ini memotivasi masyarakat untuk kembali membeli dan mengenakan uis. Beberapa bahkan merasa lebih percaya diri karena melihat banyak orang di TikTok yang bangga memakainya. Hal ini menunjukkan adanya dampak nyata berupa revitalisasi praktik sosial budaya.

5. Dimensi Digitalisasi TikTok berfungsi sebagai arsip digital yang merekam pakaian adat Karo dalam bentuk video. Dokumentasi ini dapat diakses oleh generasi mendatang dan bahkan oleh masyarakat global. Dengan demikian, uis tidak hanya lestari dalam bentuk fisik, tetapi juga dalam jejak digital yang dapat bertahan lama.

Meskipun akun ini berperan besar, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Pertama, ada risiko komersialisasi budaya, di mana nilai simbolik pakaian adat dapat tereduksi menjadi sekadar tren fashion. Kedua, algoritma TikTok yang berbasis popularitas dapat membuat konten budaya sulit bersaing jika tidak dikemas sesuai tren. Ketiga, masih ada keterbatasan akses bagi masyarakat Karo di pedesaan yang tidak memiliki perangkat digital memadai. Namun demikian, peluang yang ada jauh lebih besar. Melalui strategi komunikasi budaya digital, akun ini mampu memperluas jangkauan pelestarian pakaian adat Karo tidak hanya di Indonesia, tetapi juga ke komunitas internasional. Hal ini selaras dengan konsep cultural rebranding, di mana budaya lokal diposisikan ulang agar relevan dengan audiens global tanpa menghilangkan nilai tradisinya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menelaah peran akun TikTok @Rumah Uis By Averiana dalam upaya pelestarian dan popularisasi kembali pakaian adat Karo, khususnya uis, melalui media sosial berbasis visual. Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan pada Bab IV, dapat ditarik simpulan bahwa media sosial, terutama TikTok, memiliki potensi besar sebagai sarana komunikasi budaya di era digital. Platform ini bukan sekadar ruang hiburan, melainkan juga dapat difungsikan sebagai medium edukasi, penyebaran nilai budaya, serta revitalisasi tradisi lokal yang sebelumnya mulai mengalami penurunan eksistensi.

Kehadiran akun TikTok yang secara konsisten menampilkan konten tentang uis Karo menunjukkan bahwa komunikasi budaya tidak lagi terbatas pada ruang-ruang ritual adat, melainkan dapat direpresentasikan melalui media visual yang singkat, kreatif, dan mudah diakses oleh khalayak luas. Kreator konten menggunakan strategi komunikasi visual yang efektif, antara lain melalui pemilihan estetika warna yang kontras dan menarik, pencahayaan yang mendukung kualitas visual, penggunaan musik modern yang dekat dengan selera generasi muda, serta pengemasan video yang sesuai dengan algoritma dan tren TikTok. Semua strategi tersebut memperlihatkan adanya upaya adaptasi budaya lokal ke dalam konteks digital agar pesan budaya dapat diterima secara lebih universal.

Dampak keberadaan konten budaya ini dapat ditinjau dari beberapa aspek penting. Pertama, dari aspek kognitif, penelitian ini menemukan bahwa audiens memperoleh tambahan pengetahuan mengenai ragam uis Karo, fungsi penggunaannya, serta makna filosofis yang terkandung di dalam setiap motif dan corak.

Kedua, dari aspek afektif, muncul rasa bangga dan kecintaan terhadap identitas budaya Karo, khususnya di kalangan generasi muda yang sebelumnya cenderung kurang akrab dengan nilai tradisi.

Ketiga, dari aspek konatif, terjadi perubahan perilaku nyata berupa meningkatnya minat untuk menggunakan uis Karo dalam acara-acara formal maupun non-formal, sehingga budaya tidak hanya hidup di dunia maya, tetapi juga diimplementasikan dalam kehidupan sosial.

Keempat, dari aspek emosional, konten ini mampu membangkitkan rasa kedekatan emosional dengan budaya leluhur, terutama bagi generasi muda Karo yang berada di perantauan, sehingga media digital berfungsi sebagai jembatan antara identitas budaya dengan realitas diaspora.

Dengan demikian, simpulan utama penelitian ini adalah bahwa media sosial TikTok, melalui akun @Rumah Uis By Averiana, telah berperan sebagai medium komunikasi budaya yang strategis. Konten yang diproduksi mampu menghubungkan nilai tradisi dengan kebutuhan estetika digital generasi muda, serta menjadikan budaya lokal lebih inklusif, interaktif, dan adaptif. Penelitian ini juga memperkuat argumentasi teoritis bahwa komunikasi budaya tidak lagi statis, melainkan terus mengalami transformasi seiring perkembangan media baru.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan tersebut, penelitian ini memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi kontribusi praktis dan teoretis bagi berbagai pihak terkait dalam upaya pelestarian budaya melalui media sosial.

1. Bagi kreator konten budaya. Kreator diharapkan untuk menjaga konsistensi dalam produksi konten dengan tetap memperhatikan unsur kreativitas, edukasi, dan kualitas visual. Kualitas estetika visual penting untuk menjaga daya tarik audiens, sedangkan aspek edukasi memastikan bahwa pesan budaya tidak kehilangan makna aslinya. Selain itu, diperlukan inovasi dalam memadukan unsur tradisional dengan tren digital agar konten tetap relevan dan tidak terjebak dalam repetisi yang dapat menurunkan minat audiens.
2. Bagi generasi muda. Generasi muda hendaknya tidak hanya berperan sebagai konsumen pasif konten digital, tetapi juga sebagai aktor utama dalam pelestarian budaya. Partisipasi nyata dapat diwujudkan melalui penggunaan uis Karo dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam acara adat, serta melalui keterlibatan aktif dalam kegiatan budaya yang diinisiasi komunitas. Dengan

demikian, media sosial dapat dipandang bukan hanya sebagai ruang representasi budaya, tetapi juga sebagai pemicu lahirnya praktik budaya yang berkelanjutan.

3. Bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena fokus kajian hanya menyoroti strategi komunikasi visual dan persepsi audiens terhadap konten TikTok. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dapat diarahkan untuk mengeksplorasi lebih dalam aspek interaksi digital, misalnya melalui analisis komentar, pola engagement, atau bahkan algoritma distribusi konten. Pendekatan interdisipliner yang menggabungkan teori komunikasi budaya, antropologi digital, dan media visual juga dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana budaya dimediasi oleh teknologi.
4. Bagi lembaga adat dan pemerintah daerah. Penting bagi lembaga adat Karo maupun pemerintah daerah untuk berkolaborasi dengan kreator konten budaya dalam memanfaatkan media sosial sebagai ruang promosi budaya dan pariwisata. Dukungan kelembagaan akan memberikan legitimasi dan keberlanjutan terhadap upaya kreator dalam melestarikan budaya. Sinergi ini tidak hanya berpotensi memperluas jangkauan konten budaya lokal, tetapi juga memperkuat identitas daerah di tingkat nasional maupun internasional.

Dengan adanya rekomendasi ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat strategi komunikasi budaya di era digital. Peran media sosial tidak boleh dipandang sebelah mata, karena di dalamnya terdapat potensi besar untuk menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan budaya lokal. Oleh sebab itu, kerja sama antara kreator, masyarakat, peneliti, dan pemerintah sangat diperlukan agar pelestarian budaya Karo tidak hanya berhenti pada representasi digital, tetapi juga terwujud dalam praktik sosial yang nyata dan berkesinambungan

DAFTAR PUSTAKA

- Ansaar. (2015). Makna Simbolik Pakaian Adat Mamasa Di Sulawesi Barat (Symbolic Meaning of Mamasa Traditional Clothing in West Sulawesi). *Pangadereng*, 4(1).
- Ansaar. (2015). *Makna simbolik dalam pakaian adat Karo. Jurnal Kebudayaan Indonesia*, 3(1), 56–67.
- Anwar, S. (2016). Teori Peningkatan Norma dalam Usul Fikih Syamsul Anwar Pendahuluan Dalam hukum Islam secara umum sering ditemukan istilah al-usul dan al-furu '. Memang kedua istilah ini mempunyai pengertian yang beragam . Misalnya dalam sejumlah kitab fikih istilah al-. *Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 50(1), 142–167. <http://asy-syirah.uin-suka.com/index.php/AS/article/viewFile/501-06/158>
- Ardiansyah, & Laila. (2022). Visual persuasion dalam komunikasi digital. *Jurnal Desain dan Komunikasi*, 9(1), 23–40.
- Brata, Y., Wicaksono, D., & Rahman, A. (2020). Peran media sosial dalam pelestarian budaya lokal. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 102–115.
- Brata, I. B., Rulianto, R., & Saputra, A. (2020). Identitas Budaya: Berkeperibadian Dalam Kebudayaan (Salah Satu Konsep Trisakti Bung Karno Disampaikan, 17 Agustus 1965). *SINDANG: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Kajian Sejarah*, 2(2), 84–93. <https://doi.org/10.31540/sindang.v2i2.631>
- Indah Mar'atus Sholichah, Dyah Mustika Putri, & Akmal Fikri Setiaji. (2023). Representasi Budaya Banyuwangi Dalam Banyuwangi Ethno Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall. *Education : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 3(2), 32–42.

<https://doi.org/10.51903/education.v3i2.332>.

Lubis, S. A. S. (2019). Hadis Rasulullah Seputar Komunikasi Antarbudaya. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 66–80. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v3i1.2698>.

Lubis, A. (2019). Komunikasi budaya dan pelestarian identitas lokal. *Jurnal Komunikasi FISIP UMSU*, 5(1), 1–10.

Lubis, A., & Harahap, R. (2023). Efektivitas Tiktok dalam penyebaran konten budaya lokal. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(2), 45–60.

Maulana, & Lestari. (2020). Strategi visual dalam kampanye budaya di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 120–135.

Maulana, & Lestari. (2020). Strategi visual dalam kampanye budaya di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 120–135.

Migotuwio, N. (2020). Aspek Komunikasi Visual Dan Estetika Pada Karya Desain Grafis Bergaya Glitch Art. *Journal of Contemporary Indonesian Art*, 6(1), 48–68. <https://doi.org/10.24821/jocia.v6i1.3901>.

Migotuwio. (2020). *Desain komunikasi visual: Teori dan praktik*. Jakarta: Media Grafika7(1), 52-55

Natalia. (2021). Storytelling visual dalam kampanye digital budaya. *Jurnal Media dan Budaya*, 5(1), 77–88.

Rosiana, A. N., Bahar, S., Azizah, D. N., & Putra, D. A. (2025). *Analisis Identitas Budaya Pakaian Adat Jambi Suku Melayu. 1*.

Roza, Y. M., Razali, G., Fatmawati, E., Syamsuddin, S., & Wibowo, G. A. (2023). Identitas Budaya Dan Sosial Pada Makanan Khas Daerah: Tinjauan Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Pada Bulan Ramadan Di Indonesia. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 305–315. <https://doi.org/10.15575/jim.v4i1.25031>.

- Ruhansih, D. S. (2017). EFEKTIVITAS STRATEGI BIMBINGAN TEISTIK UNTUK PENGEMBANGAN RELIGIUSITAS REMAJA (Penelitian Kuasi Eksperimen Terhadap Peserta Didik Kelas X SMA Nugraha Bandung Tahun Ajaran 2014/2015). *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>.
- Ritonga, R., & Siregar, S. (2021). Penggunaan Instagram dalam pelestarian budaya Batak. *Jurnal Komunikasi UMSU*, 6(1), 50–63.
- Roza, M., Daulay, H., & Nasution, A. (2023). Identitas budaya dan media digital. *Jurnal Sosial Humaniora UMSU*, 9(2), 88–103.
- Salim, M. (2016). Adat Sebagai Budaya Kearifan Lokal Untuk Memperkuat Eksistensi Adat Ke Depan. *Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 5(2), 244–255. <https://doi.org/10.24252/ad.v5i2.4845>.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., & Irianti, H. (2018). Interaksi dua arah di media sosial dalam pelestarian budaya. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi*, 3(2), 72–85.
- Sitompul, H., & Nasution, D. (2020). Efektivitas media sosial dalam edukasi budaya lokal. *Jurnal Komunikasi dan Budaya UMSU*, 4(1), 11–25.
- Susiatik, T., & Sholichah, T. (2021). *Penanaman Nilai-Nilai Akhlakul Karimah*. 1(1), 16–26.
- (Salim, 2016)AC Sari, R Hartina, R Awalia, H Irianti, N. A. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger, January 2019*.
- Salim, M. (2016). Adat Sebagai Budaya Kearifan Lokal Untuk Memperkuat Eksistensi Adat Ke Depan. *Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan*

Ketatanegaraan, 5(2), 244–255. <https://doi.org/10.24252/ad.v5i2.4845>

Wardani, L. K. (2010). Fungsi, Makna, dan Simbol (Sebuah Kajian Teoritik).
Seminar Nasional Jelajah Arsitektur Nusantara 101010, ITS, 1–10.

Wicaksana, A., & Rachman, T. (2022). Pengaruh Media Sosial. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

Wardani, L. K. (2010). Fungsi, Makna, dan Simbol (Sebuah Kajian Teoritik).
Seminar Nasional Jelajah Arsitektur Nusantara 101010, ITS, 1–10.

Wicaksana, A., & Rachman, T. (2022). Pengaruh Media Sosial. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

Yunita, & Pratama. (2020). Strategi komunikasi visual dalam pelestarian budaya digital. *Jurnal Desain dan Budaya*, 3(2), 40–55



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

* Bisa menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth. Bapak/ Ibu
Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, ... 26 Mei ... 2025.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Yogi Syahputra Sitepu
N P M : 2103110181
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 132.0 SKS, IP Kumulatif

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Peran akun Tiktok @Rumahuis by averiana dalam mempopulerkan ulang pakaian adat karo melalui media visual	 26 Mei 2025
2	makna simbolik tanda keberhasilan pada dokumentasi kerja tahun Masyarakat Kegratis di Kabupaten Karo	
3	Representasi maskulinitas dalam Film aksi Indonesia Study semiotika Film Pertaruhan dan darah daging	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/ Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/ Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi:
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tanggal 04 Juni 2025.

Ketua,

Program Studi: Ilmu Komunikasi

(Akhyar Anshori, S.Sos, M.Hum)
NIDN: 0127048401

Pemohon,

(Yogi Syahputra Sitepu)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi: Ilmu Komunikasi

(Drs. Zul Fahmi)
NIDN: 0118050301





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id>

fisip@umsu.ac.id

[f umsumedan](#)

[i umsumedan](#)

[t umsumedan](#)

[u umsumedan](#)

SK-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING

TUGAS AKHIR MAHASISWA

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 1017/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 04 Juni 2025, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa	: YOGI SYAHPUTRA SITEPU
N P M	: 21103110181
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: PERAN AKUN TIKTOK @RUMAH UIS BY AVERIANA DALAM MEMPOPULERKAN ULANG PAKAIAN ADAT KARO MELALUI MEDIA VISUAL

Pembimbing : Drs. ZULFAHML, M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 210.21.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 04 Desember 2025.

Ditetapkan di Medan,

Pada Tanggal, 15 Dzulhijjah 1446 H

11 Juni 2025 M



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringkat.

Assoc. Prof. Dr. ARIEFIN SALEH., MSP.
NIDN 0030017402





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/K/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Bas. I No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisp.unsu.ac.id fisp@unsu.ac.id umsumedan tmsumedan umsumedan umsumedan

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 15 Juli 2025.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama lengkap : Yogi Syahputra Sitepu
NPM : 2103110101
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 1017.../SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2025 tanggal 04 Juni 2025 dengan judul sebagai berikut:

PERAN AKUN TIKTOK @RUMAH UIS BY AVERIANA DALAM MEMPOPULERKAN
ULANG PAKAIAN ADAT KARO MELALUI MEDIA VISUAL

Bersama permohonan ini saya lampirkan:

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester I s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Penilaian Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

(AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.kom)

NIDN: 012 709 8901

Menyetujui

Pembimbing

(Drs. ZULFAHRI, M.I.kom)

NIDN: 0118056301

Pemohon,

(YOGI SYAHPUTRA SITEPU)





**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Nomor : 1301/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Senin, 28 Juli 2025
Waktu : 08.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**



UMSU
Unggul | Cerdas | Berprestasi

No	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMIMPIN	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
1	VALDO GABRIEL GINTING	2103110242	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Asso. Prof. Dr. YAN HENDRA., M.Si.	KOMUNIKASI ORGANISASI PENGADILAN NEGERI MEDAN MELALUI PROGRAM SARASEHAN INTERAKTIF DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI
2	DONY AZHARI DAULAY	2103110149	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	REPRESENTASI EKSPRESI EMOSI KESEDIHAN DALAM VIDEO KLIP LAGU NINA KARYA FEAST DAN BERTAUT KARYA NADIN AMIZAH
3	HABIBULLAH MURSYID NAINGGOLAN	2103110044	Asso. Prof. Dr. ABRAR ADHANI., M.I.Kom.	Asso. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	PERAN HUMAS DALAM MENANGANI KOMPLAIN PUBLIK PADA PERUMDA TIRTA ULU DI KOTA PEMATANG SIANTAR
4	M. AGIEL AL AZYARIC	2103110174	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVIRCA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	MEMBANGUN MAKNA MELALUI GAMBAR DAN SUARA MELALUI SEMIOTIKA-KOMUNIKATIF "POSESIF" KARYA NAIIF
5	YOGI SYAHPUTRA SITEPU	21103110181	Asso. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	Drs. ZULFAHMI., M.I.Kom.	PERAN AKUN TIKTOK @RUMAH UJS BY AVERIANA DALAM MEMPOPULERKAN ULANG PAKAIAN ADAT KARO MELALUI MEDIA VISUAL

Medan, 30 Muharram 1447 H
25 Juli 2025 M





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Kita menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MATELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi 'Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/GK/BAN-PT/AK.KP/PT/XV/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20239 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Sk-5

Nama lengkap

: Yogi Syah Putra Sitepu

NPM

: 2103110181

Program Studi

: Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa
(Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)

: PERAN AKTIVITAS TIKTOK @Rumah ULS by AVERIANA DALAM
MEMPOPULERKAN ULANG PAKSIAN ADAT KARO MELALUI
MEDIA VISUAL

No	Tanggal	Kegiatan / Bimbingan	Pada Bimbingan
1	10/5/25	Penetapan judul skripsi	f.
2	23/6/25	Revisi Bab. 2.	f.
3	23/6/25	Acc untuk seminar proposal	f.
4	19/08/25	Bimbingan untuk Bab 4	f.
5	21/08/25	Bimbingan untuk Bab 4-5	f.
6	25/08/25	Bimbingan Lanjutan Bab 5	f.
7	27/08/25	Revisi ulang bab 4	f.
8	29/08/25	Bimbingan ulang bab 4	f.
9	30/08/25	Bimbingan ulang bab 5	f.
10	1/08/25	Bimbingan ulang bab 4-5	f.
11	2/08/25	Acc Tugas Akhir	f.

Medan, 08 September 2025

Ketua Program Studi,

Pembimbing,



(Dr. Akhyar Arshadi S.Sos., M.Kom)
NIDN: 0127048401

(Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom)
NIDN: 0118056301



Agensi Kelayakan Malaysia
Malaysia Qualifications Agency



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Yogi Syahputra Sitepu
Tempat, Tanggal Lahir : Sukanalu, 25 Maret 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Sukanalu
Anak ke : 2 dari 3 bersaudara

DATA ORANG TUA

Ayah : Karto Sitepu
Ibu : Nurhanita Br Tarigan
Alamat : Sukanalu

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN 040523 Sukanalu
2. SMPN 3 Barusjahe
3. SMKN 1 Kabanjahe
4. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara