

Branding Digital Dan Identitas Budaya Yogyakarta Di Instagram @ells.picture

Hasmarini Fakhrunnisa¹, Rika Lusri Virga^{2*}, Kurnia Indasah³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: rhasmarini@gmail.com¹, rika.virga@uin-suka.ac.id^{2*}, indasah.kurnia@gmail.com³

Abstract

Yogyakarta is one the regions in Indonesia that has rich Javanese cultural heritage, especially traditional clothing that reflects philosophical values and cultural identity. In the era of social media, traditional culture has also become part of digital branding. The Instagram account @ells.picture present photography content featuring Yogyakarta traditional Javanese clothing in an aesthetic and modern style that attracts younger generations and tourist. This study aims to analyze how the digital branding of Yogyakarta's cultural identity is built through the representation of Javanese traditional clothing on the @ells.picture Instagram account. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. The data collection technique was carried out through interviews, observations, and documentation of Instagram content @ells.picture. Data analysis was carried out using Stuart Hall representation theory and digital branding concepts to understand how cultural meaning is constructed through visuals, captions, and interactions on social media. The results of this study show that the Instagram account @ells.picture consistently builds digital branding through the visualization of Javanese traditional clothing that is packaged aesthetically and communicatively. Visual elements such as clothing, historical backgrounds, and poses are the main aspects in representing Javanese cultural values such as politeness, elegance, and harmony, which are then strengthened by caption that is simple and informative. Digital branding on Instagram not only increases tourist attraction, but also contributes to strengthening cultural image and supporting the promotion of culture-based tourism in the digital era.

Keyword: Digital branding, cultural identity, Javanese traditional clothing, representation, Instagram.

Abstrak

Yogyakarta adalah salah satu daerah di Indonesia yang kaya akan warisan budaya Jawa, terutama pakaian tradisional yang mencerminkan nilai-nilai filosofis dan identitas budaya. Di era media sosial, budaya tradisional juga menjadi bagian dari branding digital. Akun Instagram @ells.picture menyajikan konten fotografi yang menampilkan pakaian tradisional Jawa Yogyakarta dengan gaya estetik dan modern yang menarik generasi muda dan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana branding digital identitas budaya Yogyakarta dibangun melalui representasi pakaian tradisional Jawa di akun Instagram @ells.picture. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi konten Instagram @ells.picture. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teori representasi Stuart Hall dan konsep branding digital untuk memahami bagaimana makna budaya dibangun melalui visual, keterangan, dan interaksi di media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @ells.picture secara konsisten membangun branding digital melalui visualisasi pakaian tradisional Jawa yang dikemas secara estetik dan komunikatif. Unsur visual seperti pakaian, latar belakang sejarah, dan pose merupakan aspek utama dalam merepresentasikan nilai-nilai budaya Jawa seperti kesopanan, keanggunan, dan harmoni, yang kemudian diperkuat dengan keterangan foto yang sederhana dan informatif. Branding digital di Instagram tidak hanya meningkatkan daya tarik wisatawan, tetapi juga berkontribusi dalam memperkuat citra budaya dan mendukung promosi pariwisata berbasis budaya di era digital.

Kata Kunci: Branding digital, identitas budaya, pakaian tradisional Jawa, representasi, Instagram.

1. Pendahuluan

Yogyakarta merupakan destinasi budaya yang memiliki daya tarik tinggi. Budaya tersebut tidak hanya menjadi identitas lokal, tetapi juga representasi keberagaman nasional yang membentuk jati diri bangsa [1]. Hal ini sebagai bukti keberhasilannya menjaga nilai-nilai budaya Jawa dalam kehidupan masyarakat. Berbagai unsur budaya seperti makanan tradisional, tari-tarian, bangunan bersejarah, dan pakaian adat menjadi bagian penting dalam pengembangan pariwisata daerah [2], [3]. Salah satu unsur budaya yang menonjol adalah busana adat Jawa yang

tidak hanya berfungsi sebagai pakaian tradisional, tetapi juga sebagai simbol identitas budaya, nilai kesopanan, filosofi hidup, dan sejarah masyarakat Jawa [4].

Media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu platform yang banyak digunakan untuk membangun dan menyebarluaskan identitas budaya melalui konten visual [5]. Instagram memiliki karakteristik berbasis visual yang memungkinkan budaya ditampilkan, dikonstruksi, dan dikomunikasikan melalui foto, video, caption, serta interaksi pengguna. Pemanfaatan Instagram sebagai media pemasaran dan komunikasi budaya semakin berkembang karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah [6]. Kebudayaan divisualisasikan melalui busana adat di media sosial yang membentuk persepsi publik terhadap budaya suatu daerah. Representasi budaya melalui media digital menjadi bagian dari proses komunikasi yang menghubungkan nilai-nilai tradisional dengan masyarakat modern [7]. Menurut teori representasi Stuart Hall, makna budaya tidak melekat secara langsung pada objek, melainkan dibentuk melalui proses representasi yang melibatkan simbol, media, dan interpretasi audiens [8]. Oleh karena itu, busana adat yang ditampilkan di Instagram tidak hanya berfungsi sebagai objek visual, tetapi juga sebagai simbol budaya yang mengandung makna tertentu.

Salah satu akun Instagram yang aktif membangun branding budaya Yogyakarta melalui busana adat Jawa adalah akun @ells.picture. Akun ini menampilkan berbagai konten fotografi wisatawan yang mengenakan pakaian adat Jawa di kawasan bersejarah Yogyakarta seperti Malioboro dan Benteng Vredeburg. Konten yang diunggah tidak hanya menampilkan estetika busana adat, tetapi juga merepresentasikan nilai budaya, tradisi, dan identitas Yogyakarta. Pemilihan lokasi bersejarah sebagai latar fotografi semakin memperkuat narasi budaya yang dibangun dalam setiap unggahan.

Selain representasi budaya, aktivitas branding tersebut juga berkaitan dengan pembentukan identitas digital. Identitas digital merupakan representasi individu atau organisasi di ruang digital yang terbentuk melalui interaksi sosial, penggunaan platform digital, dan konten yang dibagikan [9]. Identitas digital dibangun melalui berbagai elemen seperti visual, gaya komunikasi, aktivitas media sosial, dan konsistensi identitas [10],[13]. Konsistensi dalam penyampaian identitas digital terbukti berperan penting dalam meningkatkan pengenalan dan kepercayaan publik terhadap suatu brand [14]. Dalam perspektif komunikasi visual, busana adat yang ditampilkan melalui media sosial dapat dianalisis menggunakan pendekatan semiotika. Roland Barthes menjelaskan bahwa setiap visual mengandung makna denotatif dan konotatif yang memungkinkan suatu objek menjadi simbol budaya tertentu [15]. Dengan demikian, busana adat Jawa yang ditampilkan dalam konten Instagram tidak hanya menunjukkan bentuk pakaian tradisional, tetapi juga menyampaikan nilai estetika, filosofi, dan identitas budaya Yogyakarta.

Malioboro dikenal sebagai salah satu ikon wisata Yogyakarta yang memadukan unsur sejarah, budaya, dan aktivitas wisata. Pemanfaatan ruang tersebut sebagai latar konten digital memperkuat autentisitas budaya yang ditampilkan sekaligus mendukung promosi pariwisata berbasis budaya. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana branding digital identitas budaya Yogyakarta dibangun melalui representasi busana adat Jawa pada akun Instagram @ells.picture. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan kontribusi pada kajian komunikasi budaya dan komunikasi visual, khususnya terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana representasi, pelestarian, dan promosi budaya lokal di era digital.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami dan menganalisis representasi identitas digital budaya Yogyakarta melalui penggunaan busana adat Jawa pada akun Instagram @ells.picture. Pendekatan kualitatif digunakan karena mampu mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial secara mendalam [16]. Subjek penelitian adalah branding budaya Yogyakarta di Instagram, sedangkan objek penelitian adalah konten yang diunggah pada akun Instagram @ells.picture. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh

melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan fotografer @ells.picture, wisatawan yang menggunakan jasa busana adat, serta wisatawan yang belum pernah menggunakan jasa tersebut.

Tabel 1. Informasi Informan/Narasumber

No	Informan/Narasumber	Kriteria
1	Owner @ells.picture	Pemilik usaha dan pengelola akun Instagram @ells.picture
2	Fotografer @ells.picture	Fotografer aktif yang terlibat dalam produksi konten Instagram
3	Penyewa Jasa	Wisatawan yang pernah menggunakan jasa busana adat dan fotografi @ells.picture
4	Informan Non-Pengguna	Wisatawan yang belum pernah menggunakan jasa @ells.picture
5	Ahli Branding Digital (Triangulasi)	Akademisi/praktisi yang memiliki kompetensi di bidang digital branding

Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, jurnal ilmiah, buku, dan dokumen yang relevan dengan kajian branding budaya, media sosial, identitas digital, dan pariwisata budaya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai strategi branding budaya dan pembentukan identitas digital yang dilakukan akun @ells.picture [17]. Observasi dilakukan terhadap konten Instagram, aktivitas fotografer, serta pemanfaatan kawasan Malioboro dan Benteng Vredeburg sebagai representasi budaya Yogyakarta [18]. Dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan tangkapan layar unggahan Instagram dan dokumen pendukung lainnya [19]. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan secara bertahap [20]. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara pemilik dan fotografer @ells.picture dengan tanggapan wisatawan guna memperoleh data yang kredibel dan konsisten [21].

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, fotografer, pengguna jasa, serta informan pendukung, ditemukan bahwa akun Instagram @ells.picture memanfaatkan busana adat Jawa sebagai media branding digital untuk merepresentasikan identitas budaya Yogyakarta. Yogyakarta sebagai pusat kebudayaan Jawa memiliki berbagai warisan budaya yang masih dilestarikan, salah satunya adalah pakaian adat yang merepresentasikan nilai, filosofi, dan identitas masyarakat setempat. Pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan busana adat memberikan dampak positif terhadap pengembangan pariwisata budaya sekaligus mendukung pertumbuhan UMKM yang bergerak pada bidang penyewaan busana adat dan jasa fotografi [22].

Media Sosial juga berdampak pada preferensi iklan digital dan pemahaman kebutuhan konsumen sangat krusial untuk meningkatkan kesadaran merek dan niat berkunjung (1). Melalui visualisasi yang menarik, busana adat tidak hanya berfungsi sebagai pakaian tradisional, tetapi juga menjadi sarana komunikasi budaya yang mampu memperkenalkan nilai-nilai budaya Yogyakarta kepada masyarakat yang lebih luas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap budaya melalui konten visual yang ditampilkan. Akun @ells.picture secara konsisten mengunggah foto wisatawan yang mengenakan busana adat Jawa di kawasan bersejarah seperti Malioboro dan Benteng Vredeburg. Pemilihan lokasi tersebut memperkuat representasi budaya yang dibangun karena memadukan unsur sejarah, tradisi, dan estetika visual dalam satu narasi digital. Konten yang ditampilkan tidak hanya menunjukkan keindahan busana adat, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai budaya Jawa seperti kesopanan,

kelembutan, dan penghormatan terhadap tradisi. Temuan ini menunjukkan bahwa identitas budaya Yogyakarta dikonstruksi melalui ekspresi visual budaya, nilai filosofis Jawa, dan nilai estetika tradisional yang ditampilkan secara berkelanjutan dalam setiap unggahan.

Digital branding yang dilakukan oleh @ells.picture dibangun melalui identitas visual yang konsisten, pembentukan citra merek budaya, storytelling budaya, serta konsistensi komunikasi digital. Penggunaan busana adat Jawa, pemilihan lokasi ikonik Yogyakarta, gaya fotografi, dan penyampaian pesan budaya menjadi elemen utama dalam membangun identitas digital akun tersebut. Sesuai dengan konsep digital branding, proses ini tidak hanya berfokus pada tampilan visual, tetapi juga pada upaya membangun pengalaman, makna, dan hubungan emosional dengan audiens melalui platform digital [23]. Dengan demikian, akun @ells.picture berhasil memanfaatkan Instagram sebagai media branding budaya yang memperkuat citra Yogyakarta sebagai kota budaya sekaligus memperkenalkan identitas budaya lokal kepada audiens yang lebih luas.

3.2. Pembahasan

3.2.1 Identitas Visual dalam Mengekspresikan Budaya

Temuan penelitian berupa identitas visual dalam mengekspresikan budaya terlihat pada tabel 2 dibawah.

Tabel 2. Identitas Visual dalam Mengekspresikan Budaya

Temuan Penelitian	Analisis Peneliti
@ells.picture secara konsisten menggunakan busana adat Jawa sebagai elemen utama dalam konsep fotografi budaya.	Busana adat menjadi simbol visual yang membangun identitas budaya serta membedakan @ells.picture dari penyedia jasa fotografi lainnya.
Pemotretan dilakukan di lokasi-lokasi yang memiliki nilai sejarah dan budaya, seperti kawasan heritage dan destinasi budaya Yogyakarta.	Pemilihan lokasi memperkuat konteks budaya sehingga identitas visual tidak hanya berasal dari objek foto, tetapi juga dari ruang budaya yang ditampilkan.
Properti tradisional seperti kain batik, jarik, kipas, atau aksesoris budaya digunakan untuk melengkapi konsep visual.	Properti menjadi elemen pendukung yang memperkuat representasi budaya dalam setiap karya fotografi.
Setiap sesi pemotretan dirancang agar tetap mengangkat karakter budaya Yogyakarta melalui perpaduan busana, properti, lokasi, dan pose.	Konsep visual menunjukkan adanya strategi yang terencana dalam membangun identitas merek berbasis budaya.
Audiens mengenali @ells.picture sebagai akun fotografi yang identik dengan budaya Yogyakarta.	Identitas visual yang konsisten berhasil membentuk persepsi yang sama di kalangan audiens mengenai karakter merek @ells.picture.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas visual menjadi elemen utama dalam branding digital budaya yang dilakukan oleh akun Instagram @ells.picture. Identitas visual tersebut dibangun melalui penggunaan busana adat Jawa, pemilihan lokasi bersejarah di Yogyakarta, pose yang sopan dan anggun, serta penggunaan tone warna yang konsisten pada setiap unggahan. Temuan wawancara dengan pemilik akun menunjukkan bahwa konsep visual tersebut sengaja dirancang untuk memperkenalkan budaya Yogyakarta secara lebih relevan di era digital, tidak hanya sebagai dokumentasi fotografi, tetapi juga sebagai media penyampaian nilai budaya, filosofi, dan suasana khas Yogyakarta. Dengan demikian, identitas visual yang ditampilkan tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetika, tetapi juga sebagai sarana komunikasi budaya yang memperkuat citra Yogyakarta sebagai kota budaya. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa visual merupakan bagian dari pengalaman budaya yang membentuk cara masyarakat memahami dan memaknai suatu budaya dalam ruang digital [24].



Gambar 1. Contoh Konten Instagram @ells.picture

Ekspresi visual budaya pada akun @ells.picture terlihat melalui konsistensi penggunaan busana adat Jawa dan latar budaya Yogyakarta dalam setiap kontennya. Hasil wawancara menunjukkan bahwa setiap elemen visual dipilih secara sadar untuk merepresentasikan identitas budaya lokal, mulai dari busana, tata rias, aksesoris, hingga pemilihan lokasi fotografi. Dalam perspektif teori representasi Stuart Hall, proses tersebut menunjukkan adanya encoding, yaitu proses pengemasan makna budaya melalui simbol-simbol visual yang kemudian disampaikan kepada audiens [8].

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa audiens mampu menangkap pesan budaya yang ingin disampaikan. Informan menyatakan bahwa akun @ells.picture memiliki nuansa budaya yang kuat dan secara langsung memperlihatkan fokus pada budaya Jawa melalui tampilan feed yang rapi dan konsisten. Temuan ini menunjukkan bahwa proses decoding berlangsung sesuai dengan tujuan yang dibangun oleh pemilik akun sehingga identitas budaya Yogyakarta dapat dipahami oleh audiens digital seperti terlihat pada gambar 1 dan 2.



Gambar 2. Tampilan Beranda Instagram @ells.picture



Gambar 3. Konten Busana Adat Jawa pada Akun @ells.picture

Hasil triangulasi dengan ahli branding digital memperkuat temuan penelitian bahwa akun @ells.picture telah berhasil membangun identitas visual sebagai brand budaya melalui konsistensi penggunaan busana adat Jawa dan representasi budaya Yogyakarta. Kejelasan positioning pada profil akun serta keseragaman tema visual membantu audiens mengenali karakter dan fokus akun dengan mudah. Namun demikian, ahli branding menekankan pentingnya penguatan diferensiasi visual dan pendalaman makna budaya agar identitas merek semakin kuat. Temuan ini selaras dengan konsep cultural branding yang menjelaskan bahwa simbol budaya dapat berfungsi sebagai artefak budaya yang membangun citra dan makna sosial tertentu. Dalam konteks ini, busana adat Jawa dan lokasi bersejarah yang digunakan dalam konten @ells.picture tidak hanya berfungsi sebagai objek visual, tetapi juga menjadi simbol budaya yang memperkuat identitas Yogyakarta sebagai kota yang menjaga tradisi dan warisan budaya di era digital [25].

3.2.2. Identitas Visual dalam Nilai Filosofis Jawa

temuan penelitian berupa identitas visual dalam Nilai Filosofis Jawa terlihat pada tabel 3 dibawah.

Tabel 3. Identitas visual dalam Nilai Filosofis Jawa

Temuan Penelitian	Analisis Peneliti
Penggunaan busana adat Jawa tidak hanya berfungsi sebagai elemen visual, tetapi juga merepresentasikan nilai kesopanan dan penghormatan terhadap budaya Jawa.	Busana adat menjadi simbol budaya yang mengandung makna filosofis sehingga memperkuat identitas visual @ells.picture sebagai brand fotografi budaya.
Pose, gestur, dan ekspresi model dirancang mengikuti karakter masyarakat Jawa yang santun, anggun, dan lembut.	Penggambaran pose dan ekspresi menunjukkan bahwa identitas visual dibangun melalui representasi nilai-nilai budaya Jawa, bukan sekadar estetika visual.
Pemilihan lokasi pemotretan yang memiliki nilai sejarah dan budaya mendukung penyampaian filosofi kehidupan masyarakat Jawa.	Lokasi budaya berfungsi sebagai elemen pendukung yang memperkuat makna simbolik dalam visual sehingga pesan budaya dapat diterima secara utuh oleh audiens.
Komposisi visual yang harmonis mencerminkan nilai keseimbangan dan ketenangan yang menjadi bagian dari filosofi budaya Jawa	Keharmonisan visual menunjukkan bahwa identitas budaya tidak hanya dibangun melalui objek foto, tetapi juga melalui pengaturan unsur-unsur visual yang mencerminkan filosofi Jawa.
Audiens memahami bahwa konsep visual @ells.picture tidak hanya menampilkan budaya Jawa, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya.	Keberhasilan audiens dalam memahami makna visual menunjukkan bahwa proses representasi budaya melalui identitas visual berjalan secara efektif sesuai dengan konsep representasi Stuart Hall.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai filosofis Jawa pada akun Instagram @ells.picture direpresentasikan melalui unsur visual yang menampilkan kesopanan, keanggunan, ketenangan,

dan harmoni. Nilai-nilai tersebut tidak disampaikan secara eksplisit melalui teks, melainkan melalui simbol visual berupa busana adat Jawa, ekspresi wajah, pose tubuh, serta pemilihan lokasi yang memiliki nilai budaya. Hasil wawancara dengan fotografer menunjukkan bahwa kombinasi elemen visual tersebut sengaja dirancang untuk menghadirkan narasi budaya Yogyakarta dalam setiap foto yang diunggah. Temuan ini menunjukkan bahwa visual (gambar 4) tidak hanya berfungsi sebagai media estetika, tetapi juga sebagai sarana penyampaian makna budaya yang merepresentasikan identitas masyarakat Jawa. Dalam perspektif representasi budaya, simbol visual yang digunakan berperan sebagai media untuk mengonstruksi dan menyampaikan makna budaya kepada audiens [8].



Gambar 4. Representasi Nilai Filosofis Jawa melalui Busana Adat dan Komposisi Visual

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa audiens mampu menangkap makna filosofis yang disampaikan melalui konten visual tersebut. Informan yang pernah menggunakan jasa @ells.picture mengungkapkan bahwa pengalaman mengenakan busana adat Jawa menimbulkan pemahaman mengenai nilai kesopanan, keanggunan, dan ketenangan yang melekat pada budaya Jawa (gambar 5). Temuan ini menunjukkan bahwa simbol visual yang ditampilkan berhasil diterjemahkan oleh audiens sesuai dengan makna yang ingin dibangun oleh pengelola akun. Dalam teori representasi Stuart Hall, proses tersebut menggambarkan keberhasilan hubungan antara proses encoding yang dilakukan pembuat pesan dan decoding yang dilakukan audiens sehingga pesan budaya dapat dipahami secara efektif [8]. Dengan demikian, busana adat Jawa tidak hanya diposisikan sebagai objek visual, tetapi juga sebagai simbol budaya yang mengandung nilai dan filosofi kehidupan masyarakat Jawa.



Gambar 5. Visualisasi Nilai Kesopanan dan Keanggunan Budaya Jawa pada Konten

Temuan penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa branding digital yang dilakukan @ells.picture tidak hanya berkontribusi pada promosi jasa fotografi, tetapi juga mendukung pelestarian budaya melalui ruang digital. Pemilik akun menyatakan bahwa penggunaan busana

adat dan pengemasan visual berbasis budaya bertujuan untuk memperkenalkan budaya Jawa kepada generasi muda dan wisatawan secara lebih relevan. Persepsi tersebut sejalan dengan pengalaman pengguna jasa yang merasa lebih menghargai budaya Jawa setelah mengenakan busana adat dan melihat representasi budaya yang ditampilkan dalam konten Instagram. Temuan ini menunjukkan bahwa akun @ells.picture berhasil membangun hubungan emosional antara audiens dan budaya Jawa melalui pengalaman visual yang bermakna. Dalam perspektif cultural branding, simbol budaya yang ditampilkan secara konsisten mampu membentuk keterikatan emosional sekaligus memperkuat identitas budaya Yogyakarta sebagai kota yang masih menjaga nilai-nilai tradisi di tengah perkembangan media digital [25]. Ketika audiens menyatakan bahwa pengalaman tersebut membuatnya lebih menghargai budaya Jawa, hal ini menunjukkan bahwa brand berhasil menciptakan hubungan simbolik dan emosional dengan audiens. Dengan demikian, budaya tidak hanya ditampilkan, tetapi dihidupkan kembali dalam ruang digital sebagai identitas yang relevan bagi generasi muda.

3.2.3. Identitas Visual dalam Nilai Estetika Tradisional

Temuan penelitian berupa identitas visual dalam nilai estetika tradisional terlihat pada tabel 4 dibawah.

Tabel 4. Identitas visual dalam Nilai Estetika Tradisional

Temuan Penelitian	Analisis Peneliti
Penggunaan warna-warna hangat dan natural menjadi ciri khas visual pada setiap hasil fotografi @ells.picture.	Konsistensi penggunaan warna membentuk karakter visual yang mencerminkan estetika tradisional serta memperkuat identitas merek.
Komposisi foto dirancang dengan memperhatikan keseimbangan antara subjek, latar budaya, dan unsur pendukung lainnya.	Komposisi visual yang harmonis menunjukkan bahwa estetika tradisional diterapkan sebagai strategi untuk menghasilkan identitas visual yang khas dan mudah dikenali.
Busana adat, aksesoris tradisional, dan elemen budaya dipadukan secara proporsional dalam setiap konsep pemotretan.	Perpaduan unsur-unsur tradisional menciptakan kesatuan visual yang memperkuat representasi budaya tanpa menghilangkan nilai estetika.
Pemanfaatan pencahayaan alami dan latar budaya menghasilkan kesan klasik, elegan, dan autentik pada setiap karya fotografi.	Pengelolaan pencahayaan dan latar mendukung terciptanya estetika visual yang selaras dengan karakter budaya Yogyakarta.
Audiens menilai hasil foto @ells.picture memiliki ciri visual yang berbeda karena mempertahankan nuansa tradisional secara konsisten.	Persepsi audiens menunjukkan bahwa estetika tradisional menjadi pembeda (diferensiasi) yang memperkuat positioning @ells.picture sebagai fotografi budaya.

Busana adat Jawa merupakan produk budaya visual yang penuh warna, motif, bentuk, dan simbol, yang dirancang berdasarkan konsep keindahan tradisional yang memiliki aturan estetika, estetika dari akun @ells.picture yang menampilkan busana adat Jawa, yang akan dilihat oleh audiens pertama kali yaitu komposisi warna, pose, ekspresi, busana dan suasana visual, dan identitas budaya Jogja terbentuk dari estetika ditambah dengan maknanya, yang menghasilkan kesederhanaan, harmoni warna, keanggunan gerak dan ekspresi, keseimbangan bentuk dan makna dan simbol budaya. Nilai estetika tradisional pada akun @ells.picture terlihat dari konsistensi tone warna hangat dan lembut, komposisi foto yang harmonis, serta keseimbangan antara close up, medium shot, dan wide shot. Konsistensi tersebut menunjukkan adanya perencanaan secara visual yang terstruktur dalam membangun identitas merek di Instagram. Fotografer menjelaskan bahwa tone warna dipilih agar memberi kesan klasik, elegan, dan nyaman dipandang.

Berdasarkan hasil temuan tersebut, peneliti melihat bahwa konsistensi estetika visual yang ditampilkan (gambar 6) tidak hanya berfungsi sebagai representasi identitas budaya, tetapi juga mampu membangun ketertarikan emosional bagi audiens. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan visual yang konsisten dapat memengaruhi cara pandang dan minat wisatawan terhadap pengalaman budaya yang ditawarkan. Fotografer @ells.picture menjelaskan bahwa wisatawan

tertarik karena foto yang dihasilkan "*terlihat natural, estetik, dan tetap menonjolkan nuansa budaya*". Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perpaduan antara estetika visual dan unsur budaya menjadi faktor penting dalam membangun daya tarik konten serta mendorong wisatawan untuk merasakan pengalaman yang sama.



Gambar 6. Konten Instagram *ells.picture*

Owner menegaskan bahwa konsistensi visual dijaga melalui penetapan konsep yang jelas, mulai dari tone warna, gaya pengambilan foto, penggunaan pakaian adat, hingga suasana bersejarah yang ingin ditampilkan. Menurut owner, "*Konsistensi branding visual dijaga dengan menetapkan konsep visual yang jelas, mulai dari tone warna, gaya pengambilan foto, penggunaan pakaian adat, hingga suasana yang bersejarah yang ingin ditampilkan*" (Owner @ells.picture, wawancara, 20 Desember 2025). Pandangan tersebut sejalan dengan hasil triangulasi ahli yang menyatakan bahwa akun @ells.picture menunjukkan konsistensi penggunaan warna-warna khas seperti merah, hitam, putih, hijau, dan coklat yang memiliki keterkaitan dengan simbolisme budaya Jawa. Konsistensi tone dan komposisi tersebut membantu membangun visual coherence dalam feed sehingga audiens merasakan kesatuan estetika ketika melihat keseluruhan tampilan akun.

Temuan ini menunjukkan bahwa estetika tradisional tidak hanya hadir sebagai elemen keindahan, tetapi juga sebagai strategi visual branding yang terstruktur. Dalam perspektif Brand Identity David A. Aaker, identitas merek @ells.picture tercermin melalui produk jasa fotografi berbasis busana adat Jawa, profesionalitas organisasi dalam menjaga konsistensi visual, kepribadian merek yang anggun dan estetik, serta simbol utama berupa busana adat Jawa yang didukung lokasi bersejarah. Owner juga menjelaskan bahwa proses penentuan konsep visual dilakukan melalui kolaborasi tim, yaitu "*Saya yang menentukan dengan mempertimbangkan identitas brand yang ingin ditampilkan, tapi saya juga berdiskusi dengan tim konten kreator media sosial dan fotografer untuk menyesuaikan komposisi, tone warna, dan konsep agar tetap konsisten dengan karakter budaya Jogja*" (Owner @ells.picture, wawancara, 20 Desember 2025).

Dari sisi audiens, penyewa jasa menyampaikan bahwa elemen visual yang paling menarik adalah busana adat dan lokasi bersejarah karena keduanya saling mendukung dalam menciptakan konten yang autentik dan menarik. Informan yang belum pernah menggunakan jasa juga memiliki pandangan serupa dengan menyatakan bahwa busana adat yang rapi serta lokasi yang mengandung nilai sejarah memberikan kesan mendalam terhadap akun @ells.picture. Temuan ini menunjukkan bahwa busana dan lokasi menjadi simbol visual yang paling mudah dikenali dalam membentuk identitas merek di media sosial. Namun demikian, penggunaan busana adat pada @ells.picture tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika visual, melainkan juga sebagai simbol budaya yang tetap memperhatikan nilai autentisitas dan pakem busana adat Jawa Yogyakarta.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan owner bahwa *“Beberapa anggota tim memahami pakem busana adat Jawa sehingga proses penataan tidak dilakukan secara asal... @ells.picture berupaya mempertahankan keaslian busana adat dengan melibatkan tim yang memiliki pengetahuan budaya, bahkan terdapat anggota tim yang memiliki pengalaman mengabdikan di Keraton”* (Owner @ells.picture, wawancara, 20 Desember 2025). Dalam perspektif Teori New Media, Instagram menjadi ruang digital yang memungkinkan budaya Jawa direpresentasikan secara interaktif dan partisipatif. Melalui konten visual yang dapat diakses, dibagikan, dan ditanggapi oleh audiens, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan identitas digital yang memperkuat citra Yogyakarta sebagai kota budaya dan memperluas representasi budaya kepada generasi muda maupun wisatawan.

3.2.4. *Brand Image* dalam mengekspresikan budaya

Temuan penelitian berupa *brand image* dalam mengekspresikan budaya terlihat pada tabel 5 dibawah.

Tabel 5. Brand Image dalam mengekspresikan budaya

Temuan Penelitian	Analisis Peneliti
Instagram menjadi media utama yang membentuk awareness wisatawan terhadap @ells.picture melalui feed, reels, dan unggahan pelanggan.	Instagram berperan sebagai media pembentuk brand image dengan meningkatkan visibilitas merek serta memperkenalkan identitas budaya kepada audiens yang lebih luas.
Pertumbuhan jumlah pengikut, ulasan positif, dan rekomendasi pelanggan meningkatkan kepercayaan serta mendorong wisatawan menggunakan jasa @ells.picture.	Interaksi dan pengalaman positif pelanggan membentuk citra merek yang kredibel sehingga memperkuat kepercayaan calon konsumen.
Konten visual yang menampilkan busana adat dan konsep fotografi budaya menjadi daya tarik utama bagi calon wisatawan.	Representasi budaya melalui identitas visual membangun asosiasi bahwa @ells.picture merupakan penyedia jasa fotografi yang mengangkat budaya Yogyakarta sebagai nilai utama merek.
Fitur interaktif Instagram, seperti komentar dan direct message (DM), mempermudah komunikasi antara penyedia jasa dan calon pelanggan.	Interaktivitas media digital memperkuat hubungan antara merek dan audiens sehingga proses pembentukan brand image berlangsung secara lebih efektif.
Audiens memandang @ells.picture sebagai representasi budaya Yogyakarta yang tetap relevan di era digital melalui visual busana adat dan lokasi bersejarah.	Persepsi audiens menunjukkan bahwa ekspresi budaya yang ditampilkan berhasil membentuk citra merek sebagai fotografi budaya yang autentik, modern, dan mudah dikenali.

Konsep brand image merujuk pada persepsi dan asosiasi yang terbentuk dalam benak konsumen melalui pengalaman, komunikasi, dan makna simbolik yang diterima [25]. Berdasarkan hasil wawancara, Instagram memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke @ells.picture. Owner menjelaskan bahwa sebagian besar pelanggan pertama kali mengetahui jasa tersebut melalui Instagram, baik dari feed, reels, maupun unggahan pelanggan yang menandai akun tersebut. Menurutnya, “Instagram berperan besar dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Sebagian besar pelanggan mengetahui @ells.picture pertama kali dari Instagram, karena banyak keluarga dan para selebgram yang menggunakan jasa ini, baik melalui feed, reels, maupun unggahan pelanggan yang menandai akun kami. Instagram sebagai sarana utama dalam membangun awareness, menarik minat, hingga mendorong wisatawan menggunakan jasa foto adat” (Owner @ells.picture, wawancara, 20 Desember 2025).

Selain itu, owner juga menegaskan bahwa pertumbuhan jumlah pengikut, ulasan positif, dan rekomendasi dari pengguna turut memengaruhi peningkatan jumlah wisatawan yang datang, sebagaimana dinyatakan bahwa *“semakin banyak yang follow dan ngeriview dari konten Instagram dan banyak yang merekomendasikan maka semakin banyak juga wisatawan yang*

datang dan menggunakan jasa ini” (Owner @ells.picture, wawancara, 20 Desember 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media promosi (gambar 6), tetapi juga berperan dalam membentuk citra merek budaya yang mampu menarik minat dan kepercayaan wisatawan.



Gambar 7. Beranda @ells.picture

Pandangan tersebut diperkuat oleh fotografer yang menegaskan bahwa Instagram berperan sebagai media utama promosi karena calon wisatawan dapat melihat hasil foto, konsep visual, serta suasana pemotretan sebelum memutuskan menggunakan jasa. Selain itu, fitur komentar dan direct message (DM) memudahkan interaksi langsung dan membangun kepercayaan. Ia menyatakan, *“Instagram berperan sangat penting sebagai media utama promosi @ells.picture. Melalui Instagram, calon wisatawan bisa langsung melihat contoh hasil foto, konsep visual, serta suasana pemotretan. Instagram juga memudahkan interaksi langsung dengan wisatawan melalui komentar dan DM, sehingga membangun kepercayaan sebelum mereka menggunakan jasa” (Fotografer @ells.picture, wawancara, 12 Februari 2026).*

Dalam perspektif Teori New Media, Instagram merupakan media digital yang bersifat interaktif, partisipatif, dan memungkinkan terciptanya user generated content, sehingga konten yang dibagikan kembali oleh pelanggan turut memperkuat penyebaran citra merek. Temuan ini juga berkaitan dengan Teori Representasi Stuart Hall, di mana visual busana adat dan lokasi seperti Museum Benteng Vredeburg, Malioboro, serta Titik Nol Kilometer berfungsi sebagai simbol yang mengonstruksi makna budaya melalui proses encoding dan decoding. Hal tersebut terlihat dari pernyataan penyewa jasa yang menyampaikan bahwa *“Lewat foto-foto busana adat Jawa yang estetik dan khas Jogja, dari yang mereka upload, dari situlah orang melihat budaya Jogja masih hidup, indah dan cocok untuk generasi sekarang dan ells.picture juga menggambarkan sebagai kota yang kaya budaya dan sejarah, tapi tetap bisa eksis dan relevan di era digital” (Penyewa jasa @ells.picture, wawancara, 13 Februari 2026).* Temuan ini menunjukkan bahwa citra budaya yang dibangun oleh @ells.picture berhasil diterima dan dipahami oleh audiens, sehingga ekspresi visual budaya menjadi fondasi utama dalam pembentukan citra merek budaya sebagai representasi Yogyakarta yang kaya sejarah namun tetap relevan di era digital.

3.2.5. Brand Image dalam Nilai Estetika Tradisional

Temuan penelitian berupa *brand image* dalam mengekspresikan budaya terlihat pada tabel 6 dibawah.

Tabel 6. Brand Image dalam Nilai Estetika Tradisional

Temuan Penelitian	Analisis Peneliti
Konsistensi visual melalui penggunaan busana adat, konsep foto yang jelas, dan nuansa budaya Jawa membentuk kesan profesional serta memperkuat identitas merek.	Konsistensi estetika visual menciptakan persepsi positif terhadap kualitas layanan sehingga memperkuat citra @ells.picture sebagai brand fotografi budaya yang profesional dan autentik.
Tampilan visual Instagram memberikan gambaran pengalaman berfoto dengan busana adat yang tetap mempertahankan nilai budaya namun dikemas secara fleksibel.	Penyajian estetika tradisional yang adaptif menunjukkan bahwa budaya dapat dikemas secara menarik tanpa menghilangkan nilai-nilai tradisional, sehingga meningkatkan daya tarik merek di kalangan wisatawan.
Gaya fotografi yang natural, estetik, dan tetap menonjolkan unsur budaya menjadi alasan utama wisatawan tertarik menggunakan jasa @ells.picture.	Estetika visual yang khas membangun persepsi kualitas dan diferensiasi merek sehingga menghasilkan citra yang elegan, berbudaya, dan mudah dikenali oleh audiens.

Nilai estetika tradisional turut memperkuat citra merek budaya @ells.picture. Konsistensi visual yang ditampilkan melalui busana adat, konsep foto yang jelas, serta nuansa budaya Jawa yang kuat namun tetap fleksibel menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Owner menjelaskan bahwa tampilan visual Instagram yang konsisten memberikan gambaran pengalaman berfoto dengan pakaian adat yang tidak kaku, tetapi tetap memiliki nilai budaya. Ia menyatakan, *"Tampilan visual Instagram yang konsisten menggunakan baju adat, di feed Instagram yang mereka bisa langsung lihat konsep foto, nuansa budaya Jawa, dan kualitas hasil foto yang ditawarkan, dan juga hasil visual yang ditampilkan memberikan gambaran pengalaman berfoto dengan pakaian adat yang tidak kaku, tapi memiliki nilai budaya, sehingga menarik minat wisatawan untuk mencoba langsung dan di Ells.picture juga tidak hanya menyediakan pakem, tetapi juga menyediakan Janggan Gadis Kretek"* (Owner @ells.picture, wawancara, 20 Desember 2025).

Temuan ini menunjukkan bahwa estetika visual yang konsisten tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik visual, tetapi juga membentuk persepsi positif audiens terhadap identitas budaya yang ditawarkan. Dengan demikian, nilai estetika tradisional menjadi salah satu unsur penting dalam membangun citra merek budaya @ells.picture sebagai penyedia jasa fotografi busana adat yang mampu menghadirkan pengalaman budaya yang autentik sekaligus relevan dengan kebutuhan wisatawan masa kini. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa estetika visual tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik visual semata, tetapi juga sebagai representasi pengalaman budaya yang ditawarkan. Hal tersebut juga disampaikan oleh fotografer yang menilai bahwa gaya foto yang natural dan estetik menjadi alasan wisatawan tertarik menggunakan jasa ini. Ia menyatakan, *"Menurut saya, wisatawan tertarik dengan gaya foto @ells.picture karena fotonya terlihat natural, estetik, dan tetap menonjolkan nuansa budaya. Banyak wisatawan merasa hasil fotonya terlihat seperti model profesional meskipun mereka bukan model, sehingga muncul keinginan untuk mencoba pengalaman yang sama"* (Fotografer @ells.picture, wawancara, 12 Februari 2026).

Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman visual yang positif mampu meningkatkan daya tarik merek sekaligus membangun persepsi kualitas. Dalam perspektif citra merek, konsistensi visual menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi kualitas dan profesionalitas. Visual yang estetik, tone warna hangat, dan keseimbangan komposisi membentuk kesan bahwa brand ini elegan, berbudaya, dan berkualitas. Jika dianalisis menggunakan teori Brand Identity David A. Aaker, elemen visual tersebut memperkuat Brand as Symbol karena busana adat, tone warna, dan konsep visual menjadi simbol utama yang mudah dikenali audiens, sekaligus memperkuat Brand as Person karena kepribadian yang muncul dari keseluruhan tampilan visual adalah anggun, klasik, dan profesional. Persepsi inilah yang kemudian berkembang menjadi citra merek budaya di benak konsumen, sehingga @ells.picture

tidak hanya diingat sebagai jasa fotografi, tetapi juga sebagai representasi pengalaman budaya yang elegan dan autentik. Selain itu, penyediaan variasi busana seperti Janggan Gadis Kretek menunjukkan adanya inovasi yang tetap mempertahankan unsur tradisional namun dikemas dengan pendekatan yang lebih fleksibel dan relevan bagi generasi muda.

3.2.6. *Brand Communication* melalui *Storytelling* dalam Mengekspresikan Budaya

Temuan penelitian berupa *brand communication* melalui *storytelling* dalam mengekspresikan budaya terlihat pada tabel 7 dibawah.

Tabel 7. Brand Communication melalui Storytelling dalam Mengekspresikan Budaya

Temuan Penelitian	Analisis Peneliti
Storytelling visual pada Instagram tidak hanya menampilkan busana adat, tetapi juga menghadirkan suasana budaya Jawa dan nuansa Kota Yogyakarta.	Storytelling berfungsi sebagai media komunikasi merek yang menyampaikan identitas budaya secara visual sehingga membangun kesan yang kuat dan mudah diingat oleh audiens.
Representasi budaya diwujudkan melalui penggunaan simbol-simbol budaya, seperti busana adat, pose, ekspresi, dan latar lokasi yang memiliki nilai historis.	Pemilihan simbol budaya merupakan strategi komunikasi yang mengonstruksi makna budaya serta memperkuat identitas merek melalui representasi visual.
Storytelling budaya dibangun melalui proses seleksi tanda dan simbol yang merepresentasikan karakter budaya Yogyakarta.	Penyusunan elemen visual secara sadar menunjukkan bahwa komunikasi merek tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun makna budaya yang ingin diterima oleh audiens.
Penyajian pose modern yang dipadukan dengan unsur budaya menjadi bentuk adaptasi terhadap preferensi generasi muda tanpa menghilangkan identitas budaya.	Adaptasi visual menunjukkan bahwa storytelling budaya mampu menjaga relevansi merek dengan perkembangan tren sekaligus mempertahankan nilai-nilai budaya sebagai identitas utama.
Storytelling budaya memperkuat positioning @ells.picture sebagai brand fotografi budaya Yogyakarta yang autentik dan relevan di era digital.	Storytelling menjadi strategi komunikasi yang menghubungkan identitas budaya dengan positioning merek sehingga menciptakan citra yang khas dan membedakan @ells.picture dari kompetitor.

Storytelling budaya pada akun Instagram @ells.picture diwujudkan melalui penggunaan simbol-simbol budaya Jawa seperti busana adat, pose, ekspresi, serta latar lokasi yang memiliki nilai historis dan budaya. Berdasarkan hasil wawancara, Owner @ells.picture menyatakan bahwa *“storytelling visual bikin brand @ells.picture makin kuat karena tiap kontennya nggak cuma nunjukin foto busana adat, tetapi juga menghadirkan suasana budaya Jawa, dan nuansa Kota Yogyakarta melalui visualnya”* (Owner @ells.picture, wawancara, 20 Desember 2025). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa storytelling visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai cara untuk memperkuat identitas merek dan menciptakan kesan yang mudah diingat oleh audiens. Temuan ini sejalan dengan konsep storytelling dalam branding digital yang menjelaskan bahwa narasi budaya mampu membangun makna, emosi, dan pengalaman yang memperkuat hubungan antara merek dan audiens [25]. Dalam konteks ini, busana adat Jawa, suasana budaya, dan ikon-ikon Yogyakarta menjadi media komunikasi yang menyampaikan identitas budaya secara visual kepada audiens digital.

Selain itu, fotografer @ells.picture menjelaskan bahwa representasi budaya diwujudkan melalui pemilihan simbol visual secara sadar. Ia menyatakan, *“unsur budaya Yogyakarta saya tampilkan melalui pemilihan busana adat Jawa, pose yang sopan dan anggun, ekspresi wajah, serta latar lokasi yang memiliki nilai budaya”* (Fotografer @ells.picture, wawancara, 12 Februari 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa ekspresi visual budaya dibangun melalui proses seleksi tanda dan simbol yang merepresentasikan identitas Yogyakarta. Temuan ini diperkuat oleh hasil triangulasi ahli branding digital yang menyatakan bahwa pose, ekspresi model, dan

busana adat sudah cukup kuat dalam membangun atmosfer budaya Jawa, sementara sentuhan pose modern menjadi strategi adaptasi terhadap selera generasi muda tanpa menghilangkan identitas budaya yang ditampilkan. Dengan demikian, storytelling budaya pada akun @ells.picture tidak hanya berfungsi sebagai strategi komunikasi merek, tetapi juga sebagai sarana representasi budaya yang membangun positioning sebagai brand budaya Yogyakarta yang tetap relevan di era digital.



Gambar 8. Konten Instagram ells.picture

Dalam perspektif teori representasi dari Stuart Hall, juga berkaitan dengan pernyataan ini karena proses ini merupakan bentuk pengodean (encoding) yang di mana produsen konten secara sadar memilih simbol-simbol tertentu untuk membentuk makna budaya yang ingin ditampilkan kepada audiens. Ekspresi visual budaya dari akun @ells.picture menjadi storytelling yang menghubungkan identitas budaya Yogyakarta dengan citra brand secara digital.

3.2.7. *Brand Communication* melalui *Storytelling* dalam Membangun Nilai Filosofis Jawa

Tabel 8. *Brand Communication* melalui *Storytelling* dalam Membangun Nilai Filosofis Jawa

Temuan Penelitian	Analisis Peneliti
Storytelling budaya disampaikan melalui kombinasi busana adat, ekspresi, pose, dan latar budaya yang merepresentasikan nilai keanggunan, keramahan, dan kesopanan masyarakat Jawa.	Storytelling visual menjadi media komunikasi merek yang menyampaikan nilai-nilai filosofis Jawa melalui simbol budaya sehingga identitas budaya dapat dipahami oleh audiens.
Pengalaman menggunakan busana adat membuat wisatawan memahami bahwa busana adat memiliki makna filosofis dan bukan sekadar kostum.	Storytelling mampu membangun pengalaman simbolik yang memperkuat pemaknaan audiens terhadap nilai budaya serta menciptakan keterhubungan emosional dengan merek.
Caption pada konten Instagram masih didominasi informasi layanan dan ajakan menggunakan jasa, sehingga narasi budaya belum disampaikan secara mendalam.	Penguatan storytelling melalui narasi mengenai filosofi busana, makna warna, simbol aksesoris, dan Sejarah budaya dapat meningkatkan keterikatan emosional audiens sekaligus memperkuat identitas merek berbasis budaya.
Penggunaan hashtag budaya seperti #jogja, #jogjahits, dan #fotobajuadatmalioboro mendukung penyebaran konten kepada audiens yang memiliki ketertarikan terhadap budaya Yogyakarta.	Hashtag berfungsi sebagai strategi komunikasi digital yang meningkatkan visibilitas konten sekaligus memperkuat positioning @ells.picture sebagai brand fotografi budaya di media sosial.

Nilai filosofis Jawa dalam storytelling @ells.picture tidak hanya terlihat dari ekspresi visual, tetapi juga dari makna yang disampaikan melalui foto yang dihasilkan. Storytelling budaya dalam konteks ini tidak berhenti pada tampilan busana adat atau latar bersejarah semata, melainkan pada bagaimana nilai-nilai seperti keanggunan, keramahan, dan kesopanan direpresentasikan melalui komposisi visual. Berdasarkan hasil wawancara, fotografer @ells.picture menjelaskan bahwa *"sebuah foto dapat menceritakan identitas budaya Yogyakarta melalui kombinasi busana adat, ekspresi, pose, dan latar lokasi. Dengan komposisi yang tepat, foto tidak hanya menampilkan wisatawan, tetapi juga menghadirkan cerita tentang keanggunan, keramahan, dan nilai budaya Yogyakarta"* (Fotografer @ells.picture, wawancara, 12 Februari 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa foto diposisikan sebagai media untuk menyampaikan nilai-nilai filosofis budaya Jawa melalui simbol visual yang terencana. Pengalaman tersebut juga diperkuat oleh penyewa jasa yang menyatakan bahwa *"pas pakai busana adat Jawa, saya ngerasa nilai kesopanan, keanggunan, dan ketenangan yang khas budaya Jawa. Jadi sadar kalau busana adat itu punya makna dan filosofi, bukan cuma kostum"* (Penyewa Jasa, wawancara, 13 Februari 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa storytelling budaya yang dibangun tidak hanya diproduksi oleh brand, tetapi juga dipahami dan dimaknai secara personal oleh audiens melalui pengalaman simbolik yang mereka rasakan. Namun demikian, hasil triangulasi dengan ahli branding digital menunjukkan bahwa storytelling budaya yang ditampilkan masih dapat diperkuat. Narasumber menyampaikan bahwa *"konten visual yang ditampilkan belum banyak mengandung storytelling budaya yang mendalam. Caption lebih banyak bersifat informatif dan call to action untuk menggunakan jasa mereka"* (Ahli Branding Digital, wawancara, 25 Februari 2026).

Menurutnya, narasi mengenai filosofi busana, makna warna, simbol aksesoris, maupun sejarah budaya Yogyakarta dapat memperkaya makna merek dan membangun keterikatan emosional dengan audiens. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun nilai filosofis Jawa telah berhasil direpresentasikan melalui unsur visual, penguatan storytelling melalui narasi budaya yang lebih mendalam berpotensi meningkatkan brand meaning dan memperkuat posisi @ells.picture sebagai brand budaya yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga kaya akan makna budaya.



Gambar 9. Caption Instagram ells.picture

Namun, narasumber triangulasi ahli branding digital menyampaikan bahwa secara visual storytelling budaya yang ditampilkan masih belum terlalu mendalam. Menurutnya, konten yang diunggah lebih banyak bersifat informatif dan berisi ajakan menggunakan jasa, sementara penjelasan mengenai filosofi busana, makna warna, simbol aksesoris, maupun sejarah budaya Yogyakarta belum banyak diangkat. Padahal, dalam branding berbasis budaya, storytelling merupakan elemen penting untuk memperkaya makna merek dan membangun keterikatan emosional dengan audiens. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun nilai budaya telah berhasil ditangkap oleh sebagian audiens melalui pengalaman visual, penguatan narasi filosofis masih diperlukan agar identitas budaya yang dibangun menjadi lebih mendalam. Hal ini sejalan dengan konsep *Cultural Branding* yang menekankan bahwa cerita yang kuat mampu

menghubungkan merek dengan pengalaman sosial dan budaya konsumen sehingga menciptakan keterlibatan emosional yang lebih kuat.

Selain melalui visual dan caption, penguatan identitas budaya juga dilakukan melalui penggunaan hashtag sebagai bagian dari strategi komunikasi digital. Penggunaan hashtag pada akun Instagram @ells.picture menjadi bagian dari strategi branding digital untuk memperluas jangkauan audiens sekaligus memperkuat identitas budaya Yogyakarta. Hashtag seperti #jogja, #jogja24jam, #jogjahits, dan #fotobajuadatmalioboro membantu meningkatkan visibilitas konten kepada pengguna Instagram yang memiliki ketertarikan terhadap wisata dan budaya Yogyakarta. Dengan demikian, hashtag tidak hanya berfungsi sebagai alat pencarian konten, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat positioning merek budaya serta memudahkan audiens menemukan konten busana adat Jawa di media sosial.

3.2.8. *Brand Communication* melalui *Storytelling* dalam Membangun Nilai Estetika Tradisional

Table 9. *Brand Communication* melalui *Storytelling* dalam Membangun Nilai Estetika Tradisional

Temuan Penelitian	Analisis Peneliti
Storytelling budaya diwujudkan melalui konsistensi tone warna hangat, komposisi visual, dan gaya fotografi yang mencerminkan karakter budaya Yogyakarta.	Konsistensi elemen visual menjadikan storytelling sebagai media komunikasi yang memperkuat identitas budaya sekaligus membangun karakter khas merek @ells.picture.
Pemilihan tone warna hangat dan lembut dilakukan untuk menciptakan kesan klasik, elegan, dan nyaman dipandang sesuai dengan nilai estetika tradisional Jawa.	Penggunaan tone warna tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetika, tetapi juga menjadi simbol visual yang mengomunikasikan nilai budaya kepada audiens.
Penentuan komposisi visual, tone warna, dan konsep fotografi dilakukan melalui proses perencanaan serta kolaborasi antara owner, fotografer, dan tim konten.	Storytelling budaya dibangun melalui strategi komunikasi yang terencana sehingga menghasilkan representasi visual yang konsisten dengan identitas merek dan karakter budaya Yogyakarta.
Konsistensi representasi visual memudahkan audiens mengenali karakter khas @ells.picture di media sosial.	Konsistensi storytelling visual memperkuat brand recognition sehingga identitas merek lebih mudah dikenali dan diingat oleh audiens.
Nilai estetika tradisional menjadi bagian dari strategi digital branding yang menghubungkan identitas budaya dengan kebutuhan serta preferensi audiens digital.	Storytelling berbasis estetika tradisional menunjukkan bahwa komunikasi merek mampu mengintegrasikan nilai budaya dengan strategi digital sehingga membangun citra merek yang autentik dan tetap relevan di era digital.

Nilai estetika tradisional dalam storytelling @ells.picture terlihat dari konsistensi tone warna, komposisi visual, dan gaya fotografi yang mencerminkan karakter budaya Yogyakarta. Estetika tersebut tidak hanya berfungsi sebagai unsur keindahan, tetapi juga sebagai media komunikasi budaya yang membangun identitas merek di ruang digital. Berdasarkan hasil wawancara, fotografer @ells.picture menjelaskan bahwa *“proses menentukan tone dan style foto dilakukan melalui eksperimen dan penyesuaian dengan karakter budaya Yogyakarta. Saya memilih tone warna yang hangat dan lembut agar memberi kesan klasik, elegan, dan nyaman dipandang”* (Fotografer @ells.picture, wawancara, 12 Februari 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pemilihan tone warna hangat dan lembut merupakan bagian dari strategi visual untuk menciptakan kesan klasik dan elegan yang selaras dengan nilai estetika tradisional Jawa. Konsistensi visual tersebut menjadi ciri khas yang memudahkan audiens mengenali identitas @ells.picture.

Hal serupa ditegaskan oleh owner @ells.picture yang menyatakan bahwa *“saya yang menentukan dengan mempertimbangkan identitas brand yang ingin ditampilkan, tapi saya juga*

berdiskusi dengan tim konten kreator media sosial dan fotografer untuk menyesuaikan komposisi, tone warna, dan konsep agar tetap konsisten dengan karakter budaya Jogja dan selaras dengan minat audiens Instagram” (Owner @ells.picture, wawancara, 20 Desember 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa storytelling budaya tidak dibangun secara spontan, melainkan melalui perencanaan yang mempertimbangkan identitas budaya dan kebutuhan audiens digital. Sejalan dengan konsep digital branding yang dikemukakan oleh [23], konsistensi representasi simbol dan nilai budaya berperan penting dalam membentuk identitas merek yang kuat. Dengan demikian, nilai estetika tradisional pada konten @ells.picture tidak hanya menjadi elemen visual, tetapi juga menjadi bagian dari strategi storytelling budaya yang memperkuat identitas merek dan membangun citra Yogyakarta sebagai kota budaya di ruang digital.

3.2.9. Brand Consistency dalam Mengekspresikan Budaya

Tabel 10. Brand Consistency dalam Mengekspresikan Budaya

Temuan Penelitian	Analisis Peneliti
Konsistensi branding visual dijaga melalui penerapan konsep visual yang mencakup tone warna, gaya fotografi, perguruan busana adat, dan latar bernuansa sejahtera.	Penerapan standar visual yang konsisten memperkuat identitas budaya sehingga setiap konten mampu merepresentasikan karakter khas @ells.picture secara berkelanjutan.
Setiap unggahan disusun berdasarkan konsep visual yang telah ditetapkan agar dapat tetap selaras dengan identitas merek.	Konsistensi konsep visual membangun keseragaman pesan budaya sehingga memperkuat positioning @ells.picture sebagai brand fotografi budaya Yogyakarta.
Prinsip visual seperti warna, pencahayaan, dan komposisi foto dipertahankan dalam setiap proses produksi konten.	Konsistensi elemen visual menciptakan identitas merek yang mudah dikenali serta meningkatkan profesionalitas tampilan konten digital.
Konsistensi visual membentuk pengalaman yang seragam bagi audiens sehingga karakter budaya Yogyakarta lebih mudah dikenali dan diingat.	Konsistensi branding digital tidak hanya menjaga keseragaman visual, tetapi juga memperkuat pengenalan merek (<i>brand recognition</i>) dan membangun kepercayaan audiens terhadap identitas budaya @ells.picture.

Konsistensi branding digital pada akun @ells.picture terlihat dari penerapan konsep visual yang jelas dan dipertahankan secara berkelanjutan dalam setiap unggahan. Konsistensi ini menjadi elemen penting dalam membangun identitas budaya yang kuat di ruang digital. Berdasarkan hasil wawancara, owner @ells.picture menjelaskan bahwa *“konsistensi branding visual dijaga dengan menetapkan konsep visual yang jelas, mulai dari tone warna, gaya pengambilan foto, penggunaan pakaian adat, hingga suasana yang bersejarah yang ingin ditampilkan”* (Owner @ells.picture, wawancara, 20 Desember 2025). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konsistensi dibangun melalui standar visual yang telah ditetapkan sehingga setiap konten tetap berada dalam kerangka identitas budaya yang sama. Temuan ini sejalan dengan pandangan Rizomyliotis dan Konstantoulaki (2017) yang menyatakan bahwa identitas, pesan, dan tampilan yang konsisten pada platform digital berperan penting dalam membangun pengenalan merek dan kepercayaan audiens.

Selain itu, fotografer @ells.picture juga menegaskan pentingnya menjaga prinsip visual dalam proses produksi konten. Ia menyatakan bahwa *“prinsip visual utama yang saya jaga adalah konsistensi warna, pencahayaan, dan komposisi foto. Saya juga memperhatikan keseimbangan antara foto close-up, medium, dan wide shot agar feed Instagram terlihat rapi, harmonis, dan tidak monoton saat dilihat secara keseluruhan”* (Fotografer @ells.picture, wawancara, 12 Februari 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa konsistensi warna, pencahayaan, dan komposisi tidak hanya menciptakan tampilan yang harmonis, tetapi juga memperkuat identitas visual merek. Dengan demikian, konsistensi branding digital pada @ells.picture tidak hanya berfungsi menjaga keseragaman visual, tetapi juga membangun pengalaman yang selaras bagi audiens sehingga karakter budaya Yogyakarta yang ditampilkan menjadi lebih mudah dikenali dan diingat di ruang digital.

3.2.10. Brand Consistency dalam Nilai Filosofis Jawa

Tabel 11. Brand Consistency dalam Nilai Filosofis Jawa

Temuan Penelitian	Analisis Peneliti
Penggunaan busana adat dan konsep budaya membantu wisatawan mengenal, memahami, dan menghargai nilai-nilai budaya Jawa melalui media digital.	Representasi budaya yang dilakukan secara konsisten memperkuat fungsi media digital sebagai sarana edukasi sekaligus pelestarian budaya kepada masyarakat.
Audiens menilai @ells.picture berhasil menggabungkan budaya tradisional dengan media digital sehingga budaya Yogyakarta lebih dikenal oleh masyarakat luas.	Konsistensi penyampaian nilai budaya membangun persepsi positif bahwa @ells.picture mampu menghadirkan budaya Jawa dalam bentuk yang tetap relevan di era digital.
Nilai filosofis budaya dipertahankan sebagai bagian utama dari identitas merek, bukan hanya sebagai elemen visual pendukung.	Konsistensi dalam mempertahankan makna budaya memperkuat autentisitas merek sehingga identitas budaya yang dibangun memiliki karakter yang kuat dan tidak mudah ditiru.

Konsistensi nilai filosofis Jawa menjadi salah satu aspek penting dalam branding budaya yang dibangun oleh @ells.picture di Instagram. Berdasarkan hasil wawancara, owner mengungkapkan bahwa salah satu tantangan yang dihadapi adalah rendahnya jumlah penonton dan belum viralnya konten yang diunggah. Namun demikian, fokus utama yang dibangun bukan hanya mengejar popularitas, melainkan menjaga konsistensi dalam menampilkan nilai budaya Jawa. Owner menyatakan bahwa *melalui penggunaan busana adat dan konsep visual yang mengangkat unsur budaya, wisatawan menjadi lebih mengenal dan menghargai budaya Jawa, serta membuat budaya tersebut tetap hadir dan relevan di ruang digital* (Owner @ells.picture, wawancara, 20 Desember 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa konsistensi representasi budaya berfungsi sebagai bentuk pelestarian nilai budaya secara tidak langsung melalui media digital. Hal tersebut juga diperkuat oleh informan yang belum pernah menggunakan jasa @ells.picture yang menyatakan bahwa akun tersebut menggabungkan budaya tradisional dengan media digital sehingga budaya Yogyakarta dapat dikenal lebih luas (Informan, wawancara, 8 Januari 2026).

Pandangan tersebut sejalan dengan hasil triangulasi ahli branding digital yang menegaskan bahwa dalam branding berbasis budaya, nilai filosofis harus dipertahankan secara konsisten karena budaya bukan sekadar elemen visual, melainkan sistem makna yang membentuk identitas merek. Menurut narasumber, apabila unsur budaya hanya digunakan sebagai ornamen visual tanpa pemaknaan yang kuat, maka brand akan kehilangan autentisitasnya. *Sebaliknya, konsistensi dalam mempertahankan nilai filosofis budaya dapat menjadi sumber diferensiasi yang sulit ditiru serta memperkuat brand equity dalam jangka panjang* (Ahli Branding Digital, wawancara, 25 Februari 2026). Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun konten budaya tidak selalu memperoleh popularitas tinggi di media sosial, konsistensi dalam menampilkan nilai-nilai filosofis Jawa mampu membangun autentisitas, memperkuat identitas merek, dan membentuk pemahaman audiens terhadap identitas budaya Yogyakarta di era digital.

3.2.11. Brand Consistency dalam Nilai Estetika Tradisional

Tabel 12. Brand Consistency dalam Nilai Estetika Tradisional

Temuan Penelitian	Analisis Peneliti
Evaluasi konten dilakukan melalui respons pelanggan pada komentar dan direct message (DM), namun setiap penyesuaian tetap mengacu pada konsep visual budaya yang telah ditetapkan.	Evaluasi yang dilakukan secara berkelanjutan menunjukkan bahwa konsistensi estetika tradisional tetap dipertahankan meskipun konten disesuaikan dengan kebutuhan dan respons audiens.
Konten berupa foto pelanggan dengan busana adat Jawa dan reels proses pemotretan menjadi jenis	Konsistensi penyajian konten berbasis pengalaman budaya memperkuat identitas merek

konten yang paling efektif dalam menarik perhatian wisatawan.	sekaligus membantu audiens membangun ekspektasi terhadap layanan yang ditawarkan.
Target audiens yang beragam, seperti keluarga, milenial, dan selebgram, tidak mengubah identitas visual @ells.picture yang tetap berfokus pada busana adat Jawa dan lokasi bersejarah.	Konsistensi dalam mempertahankan unsur budaya menunjukkan kemampuan merek untuk beradaptasi dengan berbagai segmen pasar tanpa menghilangkan karakter budaya sebagai identitas utama.
Konsistensi warna, pencahayaan, dan komposisi foto diterapkan untuk menjaga tampilan feed tetap harmonis dan mudah dikenali.	Perencanaan visual yang konsisten membentuk estetika tradisional sebagai ciri khas merek sehingga meningkatkan <i>brand recognition</i> di media sosial.
Akun @ells.picture telah menunjukkan konsistensi visual yang baik. Akan tetapi, aspek <i>brand personality</i> , <i>storytelling</i> , dan <i>positioning</i> masih perlu diperkuat untuk meningkatkan diferensiasi merek.	Konsistensi estetika tradisional menjadi fondasi identitas merek, tetapi penguatan karakter merek dan narasi budaya diperlukan agar tercipta diferensiasi yang lebih kuat dan berkelanjutan di tengah persaingan digital.

Konsistensi nilai estetika tradisional pada akun Instagram @ells.picture tidak hanya terlihat dari tampilan visual yang seragam, tetapi juga dari proses evaluasi konten yang dilakukan secara terarah. Berdasarkan hasil wawancara, *owner menyatakan bahwa respons pelanggan melalui DM dan komentar digunakan sebagai bahan evaluasi konten, namun setiap perubahan tetap dilakukan melalui diskusi bersama tim media sosial agar sesuai dengan konsep visual budaya yang telah ditetapkan.* Owner juga menjelaskan bahwa konten yang paling efektif adalah foto pelanggan dengan busana adat Jawa dan reels proses pemotretan karena membantu wisatawan membayangkan pengalaman yang akan diperoleh. Temuan ini menunjukkan bahwa unsur budaya Jawa tetap menjadi fokus utama dalam setiap konten yang diunggah.

Selain itu, owner menyampaikan *bahwa target audiens @ells.picture meliputi keluarga, kalangan milenial, dan selebgram.* Meskipun mempertimbangkan aspek bisnis, identitas visual berupa busana adat Jawa dan lokasi bersejarah tetap dipertahankan sebagai ciri khas brand. Fotografer juga menegaskan bahwa konsistensi warna, pencahayaan, dan komposisi foto menjadi prinsip utama agar tampilan feed terlihat harmonis dan mudah dikenali. Hal ini menunjukkan bahwa estetika tradisional dibangun melalui perencanaan visual yang terstruktur dan berkelanjutan.

Temuan tersebut diperkuat oleh narasumber triangulasi ahli branding digital yang menilai bahwa akun @ells.picture telah memenuhi prinsip dasar konsistensi branding digital karena warna, tema, dan jenis kontennya terlihat stabil. Namun, aspek brand personality, storytelling, dan positioning masih perlu diperkuat agar memiliki diferensiasi yang lebih jelas dibandingkan kompetitor. Sejalan dengan pendapat [23] konsistensi identitas visual berperan penting dalam membangun pengenalan dan kepercayaan terhadap merek. Oleh karena itu, pengembangan storytelling budaya, penguatan karakter brand, dan penciptaan ciri khas visual yang lebih spesifik dapat menjadi strategi untuk memperkuat identitas budaya @ells.picture di ruang digital.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Branding yang dilakukan akun Instagram @ells.picture berhasil dilakukan melalui visualisasi busana adat Jawa. Branding tersebut ditampilkan melalui konsistensi identitas visual berupa penggunaan busana adat Jawa, pose yang sopan dan anggun, serta latar lokasi bersejarah di Yogyakarta yang membentuk ciri khas brand. Dari aspek brand image, konten yang ditampilkan mampu membangun citra merek budaya yang kuat sebagai jasa fotografi yang tidak hanya menawarkan layanan foto, tetapi juga pengalaman budaya. Dari aspek *brand communication*, *storytelling* budaya diwujudkan melalui simbol-simbol visual seperti busana adat, ekspresi model, pose, dan lokasi yang memiliki nilai historis sehingga mampu menyampaikan nilai kesopanan, keanggunan, dan keramahan budaya Jawa. Sementara itu, dari aspek brand consistency, akun @ells.picture menunjukkan konsistensi yang cukup kuat dalam mempertahankan identitas visual dan estetika

tradisional melalui penggunaan tone warna yang hangat, komposisi foto yang harmonis, serta konsep visual yang selalu menampilkan unsur budaya Jawa. Meskipun menghadapi tantangan berupa konten yang tidak selalu viral, konsistensi dalam menampilkan nilai budaya tetap menjadi strategi utama untuk menjaga autentisitas brand.

Penelitian selanjutnya disarankan dapat mengembangkan kajian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh visual branding terhadap minat kunjung atau keputusan penggunaan jasa, serta membandingkan strategi branding budaya pada objek penelitian yang berbeda. Bagi penyewa jasa, layanan fotografi busana adat Jawa diharapkan tidak hanya dipandang sebagai aktivitas dokumentasi visual, tetapi juga sebagai pengalaman budaya yang dapat meningkatkan pemahaman terhadap nilai dan makna budaya Jawa. Sementara itu, bagi pemilik jasa @ells.picture, disarankan untuk terus memperkuat *aspek brand personality*, *brand values*, dan *storytelling* budaya melalui penyampaian filosofi busana adat, makna simbolik, serta nilai historis yang terkandung dalam setiap konten. Selain itu, konsistensi visual identity perlu terus dipertahankan agar citra brand tetap kuat dan mudah dikenali, serta pengembangan konten edukatif budaya dapat dilakukan untuk meningkatkan *engagement* sekaligus memperkuat positioning sebagai brand fotografi budaya yang tidak hanya estetis, tetapi juga edukatif dan berorientasi pada pelestarian budaya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi dalam penyelesaian penelitian yang berjudul "Branding Digital Identitas Budaya Yogyakarta melalui Busana Adat Jawa di Instagram (Studi pada Akun @ells.picture)". Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada owner, fotografer, penyewa jasa, informan, serta narasumber ahli branding digital yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang dibutuhkan selama proses penelitian. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian branding digital dan pelestarian budaya di era digital.

Daftar Pustaka

- [1] M. Y. Putrajip, G. Suryadmaja, T. Mawardi, I. W. K. Di Biagi, dan R. Renda, "Potensi Penguatan Tenun Kembang Kerang dalam Pengelolaan Pariwisata," vol. 4, no. 4, pp. 2676–2677, 2024.
- [2] A. W. S. Haryani, E. Mulyantari, dan M. E. N. Islami, "Potensi Wisata Budaya pada Masyarakat Suku Kalang Kotagede Daerah Istimewa Yogyakarta," vol. 23, no. 1, 2022.
- [3] R. N. Nugraha, M. H. Mulya, E. S. Putra, A. A. Alamsyah, dan A. B. Isyba Jhanufa, "Keberagaman Budaya Yogyakarta sebagai Destinasi Wisata Budaya Unggulan," vol. 9, no. 25, pp. 771, 2023.
- [4] T. P. Utomo, "Nilai Estetika Tradisional dalam Seni Budaya," Jurnal Ornamen, vol. 3, no. 2, pp. 6–9, 2016.
- [5] J. Kennedy, *Digital Media, Sharing and Everyday Life*. Routledge, 2020.
- [6] D. Girsang dan N. L. Sipayung, "Peran Instagram terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi COVID-19)," 2021.
- [7] A. Liliweri, *Pengantar Studi Kebudayaan*. Jakarta: Kencana, 2019.
- [8] S. Hall, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications, 1997.
- [9] S. Warburton dan S. Hatzipanagos, *Digital Identity and Social Media*. IGI Global, 2012.
- [10] I. Usman, "Komunikasi Visual dalam Branding: Peran Desain Grafis dalam Membangun Identitas Merek," vol. 1, no. 1, pp. 18, 2025.
- [11] Irsalina, P. Irfan, dan Ardiansah, "Visual Guideline Media Sosial Instagram untuk Penerapan Elemen Identitas yang Konsisten," vol. 11, no. 3, pp. 634, 2024.
- [12] Ilham, Sakundaria Satya, dan Wardhana, "Pengaruh Elemen Visual pada Konten Feeds Instagram @p3smandiri dalam Meningkatkan Brand Awareness," vol. 9, no. 2, pp. 531, 2024.
- [13] Nadiya, Agus H., dan Juhana, "Peran Elemen Visual dalam Upaya Meningkatkan Brand Identity Perusahaan: Tinjauan Literatur yang Sistematis," vol. 11, no. 2, pp. 134, 2024.
- [14] Lucidpress, *The State of Brand Consistency*. 2021.

- [15] I. Siregar, "Semiotics Analysis in the Betawi Traditional Wedding 'Palang Pintu': The Study of Semiotics Roland Barthes," 2022.
- [16] J. W. Creswell dan J. D. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 5th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2018.
- [17] Fadhallah, *Wawancara*. Jakarta: UNJ Press, 2021.
- [18] R. D. U. Panerangan, B. A. Azmi, dan U. Rahayu, "Analisis Pengukuran Temperatur Udara dengan Metode Observasi," vol. 1, no. 1, 2023.
- [19] N. Irvana, "Dokumentasi: Pengertian, Fungsi dan Peran," *Halo Edukasi*.
- [20] N. Abdul Fattah, *Metode Penelitian Kualitatif*. Harfa Creative, 2023.
- [21] M. Sa'adah, G. T. Rahmayati, dan Y. C. Prasetyo, "Strategi dalam Menjaga Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif," vol. 1, no. 2, p. 61, 2022.
- [22] S. Arum, N. K. A., dan R. F. A., "Dampak Pemasaran Foto Baju Adat di Yogyakarta terhadap Pariwisata dan UMKM," *Mister*, vol. 2, no. 1b, p. 2404, 2025.
- [23] D. Rowles, *Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics, Tools and Measurement*. London: Kogan Page, 2014.
- [24] C. Soreanu, "The Culture of Visuals and the Visuals of Culture," *Klironomy*, vol. 2, no. 5, 2022.
- [25] I. Rizomyliotis dan K. Konstantoulaki, *Digital Branding Fever*. Business Expert Press, 2017.