
Strategi Komunikasi Mahasiswa Ikmasti di UKSW dalam Mengangkat Budaya Lokal melalui Feed Instagram @Ikmasti Salatiga

Jordan Tanggela Ndamanuna¹, Sri Suwartiningsih², Amir Machmud³

Prograram Studi Ilmu Komunikasi, FISKOM, Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia
E-mail: jordanndamanuna09@gmail.com¹, sri.suwartiningsih@uksw.edu², amir.machmud@uksw.edu³

Article History:

Received: 14 November 2025

Revised: 01 Desember 2025

Accepted: 04 Desember 2025

Keywords: Communication Strategy, IKMASTI UKSW, NTT Local Culture, Instagram, Digital Cultural Journalism.

Abstract: *The development of digital media has transformed the way young generations express and preserve local culture. Social media has become a strategic platform for regional student communities to maintain their cultural identity amid globalizations. This study, entitled “Communication Strategies of IKMASTI Students at UKSW in Promoting Local Culture through the Instagram Feed @ikmasti_salatiga,” is motivated by the growing creativity of students from East Nusa Tenggara (NTT) at Satya Wacana Christian University (UKSW) in utilizing social media as a medium for cultural representation. The purpose of this research is to analyze the communication strategies employed by IKMASTI in introducing, preserving, and adapting NTT’s local culture through digital media, particularly Instagram. This research adopts a qualitative approach with a case study method. The subjects consist of administrators, active members, advisors, and followers of the @ikmasti_salatiga account. Data were collected through in-depth interviews, digital observation, and content documentation, then analyzed using Miles and Huberman’s interactive model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal five main patterns of communication strategy: (1) cultural representation, (2) digital participation, (3) communication of cultural values, (4) digital adaptation, and (5) digital cultural journalism. These strategies align with the theories of Cultural Representation (Hall, 1997), Participatory Culture (Jenkins, 2006), and Participatory Communication (Servaes, 2008). In conclusion, Instagram functions not only as an informational medium but also as an effective, adaptive, and collaborative space for digital cultural journalism that sustains and strengthens the local cultural identity of NTT students in the digital era.*

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, IKMASTI UKSW, Budaya Lokal NTT, Instagram, Jurnalisme Budaya Digital.

Abstrak: Perkembangan media digital telah mengubah cara generasi muda dalam mengekspresikan dan melestarikan budaya lokal. Media sosial kini menjadi ruang strategis bagi komunitas mahasiswa daerah untuk mempertahankan identitas kultural di tengah arus globalisasi. Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Mahasiswa IKMASTI di UKSW dalam Mengangkat Budaya Lokal melalui Feed Instagram @ikmasti_salatiga”, yang dilatarbelakangi oleh meningkatnya kreativitas mahasiswa asal Nusa Tenggara Timur (NTT) di Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana representasi budaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan IKMASTI dalam memperkenalkan, melestarikan, dan mengadaptasi budaya lokal NTT melalui media digital, khususnya Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Subjek penelitian meliputi pengurus, anggota aktif, penasihat, serta pengikut akun @ikmasti_salatiga. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi digital, dan dokumentasi konten, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi IKMASTI terbagi menjadi lima pola utama, yaitu: (1) representasi budaya, (2) partisipasi digital, (3) komunikasi nilai budaya, (4) adaptasi digital, dan (5) jurnalisme budaya digital. Strategi ini sejalan dengan teori Cultural Representation (Hall, 1997), Participatory Culture (Jenkins, 2006), dan Komunikasi Partisipatif (Servaes, 2008). Kesimpulannya, Instagram berfungsi tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai ruang jurnalisme budaya yang efektif, adaptif, dan kolaboratif dalam menjaga identitas serta memperkuat eksistensi budaya lokal NTT di era digital.

PENDAHULUAN

Fenomena perkembangan media digital telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi masyarakat, khususnya generasi muda. Media sosial kini menjadi ruang baru bagi individu dan komunitas untuk mengekspresikan identitas, membangun jejaring, dan menyebarkan nilai-nilai budaya. Kehadiran media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah mengubah cara orang memproduksi dan mengonsumsi informasi, sekaligus menciptakan ruang publik baru yang bersifat interaktif dan partisipatif. Dalam konteks ini, budaya tidak lagi dipahami semata sebagai warisan turun-temurun, tetapi juga sebagai hasil representasi dan negosiasi makna yang berlangsung di ruang digital.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna. Melalui media sosial, pengguna dapat menampilkan identitas diri sekaligus memengaruhi persepsi publik terhadap kelompok atau komunitasnya. Hal ini menjadi penting terutama bagi generasi muda di era globalisasi yang menghadapi tantangan homogenisasi budaya akibat dominasi budaya populer global. Di tengah arus modernisasi, pelestarian budaya lokal menjadi tantangan sekaligus peluang strategis untuk menegaskan identitas daerah dan memperkuat jati diri bangsa.

Dalam konteks pendidikan tinggi, Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) di Salatiga menjadi contoh nyata keberagaman budaya Indonesia. UKSW dikenal sebagai kampus “Indonesia Mini” karena dihuni oleh lebih dari 11.000 mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah di Nusantara. Lingkungan kampus ini tidak hanya menjadi ruang akademik, tetapi juga arena sosial tempat mahasiswa berinteraksi, beradaptasi, dan mempertahankan identitas kultural masing-masing. Seperti yang dikemukakan oleh Geertz (1973), budaya bukanlah warisan statis, melainkan webs of significance, jalinan makna yang harus dihidupkan kembali melalui praktik sosial dan komunikasi. Dalam konteks ini, mahasiswa di UKSW memainkan peran penting sebagai agen budaya yang mampu menjaga dan mengaktualisasikan nilai-nilai lokal di tengah interaksi multikultural.

Salah satu komunitas yang menonjol dalam menjaga eksistensi budaya daerah di UKSW adalah Ikatan Mahasiswa Timor di Salatiga (IKMASTI). Organisasi ini beranggotakan mahasiswa asal Nusa Tenggara Timur (NTT), khususnya dari Pulau Timor, yang menempuh pendidikan di UKSW. IKMASTI berfungsi sebagai wadah solidaritas, kekeluargaan, dan pelestarian budaya lokal bagi mahasiswa NTT di tanah rantau. Budaya Timor sendiri dikenal dengan kekayaan nilai dan simbol seperti motif kain tenun ikat, tarian Ja’i, alat musik Sasando, rumah adat, serta falsafah hidup bahu tolong dan kebersamaan. Elemen-elemen ini bukan hanya menjadi ciri khas, tetapi juga simbol identitas yang terus dijaga oleh mahasiswa Timor di tengah kehidupan kampus yang majemuk.

Seiring perkembangan teknologi, IKMASTI tidak hanya melestarikan budaya melalui kegiatan luring seperti Makrab dan Cultural Action, tetapi juga memanfaatkan media sosial, terutama Instagram @ikmasti_salatiga, sebagai wadah representasi budaya digital. Instagram dipilih karena sifatnya yang visual, interaktif, dan populer di kalangan mahasiswa. Melalui unggahan foto, video, dan caption reflektif, IKMASTI berupaya memperkenalkan budaya NTT kepada audiens luas sekaligus membangun rasa bangga dan solidaritas di antara mahasiswa asal daerah yang sama.

Nasrullah (2017) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan budaya lokal dipresentasikan ulang dalam format digital yang lebih mudah diterima generasi muda. Dalam konteks ini, Instagram menjadi “panggung digital” tempat mahasiswa IKMASTI menampilkan kekayaan budaya daerahnya dengan cara yang kreatif dan komunikatif. Melalui simbol visual seperti kain tenun, tarian Ja’i, dan alat musik tradisional, mahasiswa tidak hanya menunjukkan estetika budaya, tetapi juga mengomunikasikan makna sosial dan nilai-nilai kultural yang terkandung di dalamnya.

Lebih jauh, aktivitas komunikasi yang dilakukan IKMASTI mencerminkan apa yang disebut Hall (1997) sebagai cultural representation, yaitu proses di mana makna budaya diproduksi dan dinegosiasikan melalui media. Setiap unggahan di akun Instagram bukan hanya

dokumentasi kegiatan, tetapi juga bentuk penyusunan makna budaya (encoding of meaning) yang menegaskan identitas mahasiswa NTT di ruang digital. Dengan demikian, strategi komunikasi yang dijalankan IKMASTI menjadi bagian dari upaya mempertahankan identitas budaya di tengah tekanan budaya global.

Selain sebagai ruang representasi, media sosial juga berperan sebagai sarana partisipatif dalam proses pelestarian budaya. Jenkins (2006) menyebut fenomena ini sebagai participatory culture, di mana audiens tidak hanya menjadi penerima informasi tetapi juga terlibat aktif dalam produksi dan penyebaran makna. Hal ini tampak dari keterlibatan anggota IKMASTI dan pengikut akun Instagram mereka yang ikut berinteraksi, memberikan komentar, serta membagikan konten bertema budaya. Interaksi semacam ini memperkuat rasa kebersamaan, menciptakan ruang komunikasi dua arah, dan menjadikan Instagram sebagai komunitas digital budaya.

Dengan demikian, fenomena yang terjadi pada mahasiswa IKMASTI UKSW menunjukkan adanya transformasi dalam praktik komunikasi budaya. Pelestarian budaya tidak lagi terbatas pada aktivitas tradisional, tetapi juga beradaptasi dengan teknologi digital sebagai media ekspresi dan pembelajaran. Melalui strategi komunikasi digital yang kreatif, mahasiswa IKMASTI berhasil menghadirkan budaya NTT ke ruang publik modern tanpa kehilangan nilai-nilai kearifan lokal.

Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Mahasiswa IKMASTI di UKSW dalam Mengangkat Budaya Lokal melalui Feed Instagram @ikmasti_salatiga.” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana mahasiswa IKMASTI merancang dan menerapkan strategi komunikasi budaya melalui media sosial, serta bagaimana media digital digunakan sebagai sarana pelestarian dan representasi identitas budaya lokal. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap kajian komunikasi budaya dan komunikasi digital, serta menjadi inspirasi bagi komunitas mahasiswa lain dalam memanfaatkan media sosial sebagai ruang pelestarian budaya di era modern.



Gambar 1. Akun Aktif Instagram Ikmasti Salatiga Beserta Konten yang ditampilkan

Berdasarkan hasil pengamatan penulis terhadap akun @Ikmastisalatiga tersebut (yang

dilihat dari tangkapan layar), akun ini telah aktif dan konsisten mengunggah berbagai kegiatan sejak sekitar tahun 2018 sampai saat ini dengan jumlah postingan mencapai 252 unggahan, memiliki 1.279 pengikut, dan mengikuti 697 akun. Bio akun ini juga menegaskan identitas budaya dan organisasi, yaitu sebagai wadah bagi mahasiswa dan siswa asal Timor di Salatiga yang telah berdiri sejak tahun 1972. akun @ikmastisalatiga menjadi bukti konkret bahwa mahasiswa IKMASTI telah memanfaatkan media sosial sebagai strategi komunikasi budaya yang berorientasi pada pelestarian dan promosi identitas lokal Timor di lingkungan multikultural Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW). Melalui unggahan feed, story, maupun highlight seperti “VG IKMASTI”, “Gunung Lewotobi”, “MAKRAB”, dan “SHARING BUDAYA”, terlihat bahwa konten-konten yang disajikan bukan sekadar dokumentasi kegiatan, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi budaya, religiusitas, serta solidaritas antaranggota komunitas Timor di perantauan. Misalnya, unggahan bertema “FUNFACT – Uma Kebul, Rumah Budaya Penuh Cerita” merepresentasikan rumah adat Timor sebagai simbol identitas etnis yang diangkat ke ranah digital. Dengan demikian, setiap postingan berfungsi sebagai media representasi budaya sebagaimana dijelaskan oleh Stuart Hall (1997) dalam teori representasi budaya, yaitu bahwa makna dan identitas budaya dibentuk serta dikonstruksi melalui simbol dan visual yang dipublikasikan dalam ruang komunikasi. Lebih jauh, strategi komunikasi mahasiswa IKMASTI melalui akun Instagram ini juga mencerminkan penerapan teori komunikasi organisasi (Goldhaber, 1993) dan strategi komunikasi (Effendy, 2003). Dalam konteks ini, Instagram digunakan sebagai saluran komunikasi eksternal yang bertujuan menyampaikan pesan, nilai, dan identitas budaya kepada audiens yang lebih luas. Melalui perencanaan pesan visual, pemilihan caption yang informatif, dan konsistensi unggahan kegiatan, IKMASTI membangun hubungan sosial, memperkuat rasa kebersamaan, serta memperkenalkan budaya Timor kepada masyarakat kampus. Selain itu, akun ini juga menjadi sarana dokumentasi digital dan promosi kegiatan budaya, keagamaan, serta solidaritas mahasiswa NTT di Salatiga. Dengan demikian, akun Instagram @ikmastisalatiga bukan hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai ruang representasi dan komunikasi budaya lokal. Keberadaan akun ini menjadi bentuk nyata dari upaya mahasiswa IKMASTI dalam mengangkat budaya Timor di tengah lingkungan akademik yang multikultural. Melalui media sosial, mahasiswa tidak hanya berkomunikasi dan berinteraksi, tetapi juga berperan sebagai agen pelestari nilai-nilai budaya daerahnya. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana strategi komunikasi mahasiswa IKMASTI di UKSW dalam mengangkat budaya lokal Timor melalui feed Instagram, yang dalam konteks komunikasi modern merupakan wujud nyata perpaduan antara budaya tradisional dan teknologi digital. Di era digital, IKMASTI menyadari bahwa pelestarian budaya tidak cukup hanya dilakukan melalui kegiatan tatap muka, festival, atau pertunjukan budaya secara langsung. Media sosial, khususnya Instagram, dipandang sebagai ruang baru yang sangat potensial untuk memperkenalkan budaya Timor kepada audiens yang lebih luas. Akun Instagram @ikmastisalatiga menjadi media utama yang digunakan oleh IKMASTI dalam mendokumentasikan, mengemas, sekaligus menyebarkan pesan budaya. Konten yang ditampilkan tidak hanya berupa dokumentasi acara, tetapi juga dikemas dalam bentuk feed informatif, reels interaktif, hingga desain grafis yang menyesuaikan dengan tren visual digital yang disukai generasi muda.

Menurut Effendy (2003), strategi komunikasi merupakan suatu perencanaan yang sistematis dalam menyusun pesan, memilih media, serta mengelola proses komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. IKMASTI menerapkan strategi komunikasi ini dengan menekankan pada tiga aspek utama: (1) perencanaan pesan yang menonjolkan nilai budaya Timor seperti

solidaritas dan filosofi tenun; (2) pemilihan media visual yang sesuai dengan tren digital; dan (3) pengelolaan konten media sosial dengan memanfaatkan fitur Instagram untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi. Selain itu, praktik komunikasi IKMASTI juga dapat dianalisis menggunakan Teori Komunikasi Budaya (Gudykunst, 2003) yang menjelaskan bahwa identitas budaya dapat dipertahankan dan dinegosiasikan melalui interaksi lintas konteks, termasuk dalam ruang digital. Dengan demikian, feed Instagram @ikmastisalatiga tidak hanya menjadi sarana promosi budaya, tetapi juga ruang dialog budaya yang mempertemukan identitas lokal Timor dengan audiens multikultural di UKSW. Meski demikian, strategi komunikasi digital IKMASTI menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya teknis, konsistensi pengelolaan konten, serta tantangan menjaga otentisitas budaya dalam kemasan digital yang bersifat populer. Kendala ini sekaligus menunjukkan pentingnya penelitian untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi IKMASTI dirancang, faktor pendukung dan penghambatnya, serta kontribusinya dalam pelestarian budaya lokal.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis “Strategi Komunikasi Mahasiswa IKMASTI di UKSW dalam Mengangkat Budaya Lokal melalui Feed Instagram @ikmastisalatiga.” Secara akademis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi, khususnya strategi komunikasi dan komunikasi budaya dalam ranah digital. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi bagi organisasi mahasiswa maupun komunitas budaya untuk mengoptimalkan media sosial sebagai sarana pelestarian budaya lokal agar tetap hidup dan relevan di era globalisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan mendalam strategi komunikasi mahasiswa IKMASTI di Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) dalam mengangkat budaya lokal melalui feed Instagram @ikmastisalatiga. Sumber data penelitian terdiri dari data primer berupa hasil wawancara dengan pengurus IKMASTI, followers aktif, serta observasi unggahan di Instagram, dan data sekunder berupa dokumen, literatur, serta penelitian terdahulu yang relevan. Subjek penelitian meliputi pengurus IKMASTI bidang publikasi, followers aktif, serta senior atau penasihat organisasi yang memahami nilai budaya Timor dan peran media sosial dalam pelestarian budaya. Penelitian dilakukan di UKSW Salatiga pada pertengahan Oktober 2025 dengan tahapan persiapan, observasi, pengumpulan data, analisis, dan penarikan kesimpulan. Pemilihan narasumber dilakukan secara selektif untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendalam dari tiga perspektif utama pengelola konten, penerima pesan, dan penjaga nilai budaya sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan secara komprehensif strategi komunikasi budaya IKMASTI di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai bagian dari proses penelitian kualitatif, peneliti melakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan beberapa narasumber utama dari organisasi IKMASTI UKSW. Wawancara dilakukan secara langsung di lingkungan kampus tepatnya di habermas Fiskom UKSW, Salatiga pada sore hari pukul 18.00 WIB dengan suasana yang santai tapi serius.

Setiap sesi wawancara berlangsung antara 10-20 menit dan didokumentasikan dalam

bentuk foto untuk memperkuat validitas data penelitian. Dokumentasi ini juga menggambarkan suasana interaksi antara peneliti dan informan yang penuh keakraban, mencerminkan nilai budaya dan kekeluargaan yang mencerminkan khas masyarakat NTT.



Gambar 2. dengan Richard ketua ikmasti

Richard Takoy – Badan Pengurus Harian (BPH)

Richard menjelaskan bahwa setiap kegiatan yang dilakukan oleh IKMASTI, baik offline maupun online, selalu memiliki dimensi kultural yang ingin disampaikan kepada audiens. Ia menekankan bahwa perencanaan konten tidak hanya berorientasi pada estetika visual, tetapi juga pada substansi pesan budaya yang dikandungnya. Menurutnya, setiap unggahan di Instagram adalah representasi nilai-nilai yang dihidupi oleh mahasiswa NTT seperti, nilai solidaritas, kebersamaan, dan kerja sama yang menjadi ciri khas masyarakat Timur. Pernyataan Richard mencerminkan adanya arah strategis komunikasi yang ideologis dan terencana. Ia tidak hanya memandang Instagram sebagai alat promosi kegiatan, melainkan juga sebagai ruang identitas budaya. Strategi ini menunjukkan bahwa pengurus IKMASTI telah memahami konsep *strategic communication* sebagaimana dijelaskan *Effendy (2003)*: bahwa komunikasi yang efektif harus berangkat dari tujuan yang jelas dan nilai yang diusung. Richard memandang strategi komunikasi IKMASTI sebagai gerakan sadar untuk membangun citra budaya NTT di ranah digital. Baginya, media sosial bukan sekadar ruang hiburan, tetapi sarana pelestarian dan penguatan identitas mahasiswa NTT di perantauan.



Gambar 3. dengan Ryan koor pubdok

Ryan Tanaos – Koordinator Publikasi dan Dokumentasi (Pubdok)

Ryan menyebutkan bahwa setiap anggota tim diberi kesempatan untuk berkontribusi ide dan gagasan kreatif. Hal ini menumbuhkan rasa tanggung jawab bersama terhadap pesan yang ingin disampaikan kepada publik. Menurutnya, pembuatan konten budaya tidak bisa dilakukan secara asal, karena pesan yang salah bisa mengaburkan makna budaya. Maka dari itu, tim selalu melakukan cross-check dengan anggota senior agar konten tetap autentik dan berakar pada nilai budaya NTT. Dalam perspektif teori partisipasi digital (Jenkins, 2006), yang dijalankan Ryan termasuk bentuk nyata collaborative communication. Ia menciptakan sistem kerja yang memungkinkan semua anggota menjadi bagian dari proses produksi pesan budaya. Proses ini mencerminkan semangat komunikasi dua arah, di mana hubungan antara pengirim dan penerima pesan menjadi partisipatif dan setara. Ryan menegaskan bahwa strategi komunikasi IKMASTI bersifat kolaboratif dan berbasis partisipasi. Ia memandang bahwa keberhasilan komunikasi budaya digital terletak pada sinergi antara kreativitas, partisipasi, dan ketepatan pesan yang disampaikan kepada audiens.



Gambar 4. dengan famy anggota pubdok

Famy – Anggota Divisi Pubdok

Famy menjelaskan bahwa desain konten IKMASTI selalu mengedepankan keseimbangan antara nilai tradisional dan unsur modernitas. Ia menggunakan referensi visual seperti motif tenun, bentuk rumah adat, atau elemen alam NTT sebagai identitas visual. Melalui pendekatan ini, Famy menyadari pentingnya visual identity sebagai strategi komunikasi digital agar audiens dapat langsung mengenali ciri khas konten IKMASTI di antara banyaknya unggahan lain. Dalam konteks teori komunikasi visual dan representasi budaya (Hall, 1997), apa yang dilakukan Famy adalah bentuk visual encoding — pengkodean makna budaya ke dalam gambar digital. Desain menjadi medium simbolik yang merepresentasikan nilai-nilai lokal tanpa perlu penjelasan verbal panjang. Dengan demikian, estetika visual yang ia buat bukan sekadar desain, tetapi media komunikasi nilai budaya. Famy menekankan bahwa kekuatan komunikasi digital IKMASTI terletak pada visual yang autentik dan bermakna. Desain menjadi jembatan antara nilai budaya dan cara berpikir generasi muda, sehingga budaya lokal dapat dikemas dengan cara yang menarik

namun tetap menghormati tradisinya.



Gambar 5. dengan kurnia anggota pubdok

Kurnia – Anggota Divisi Pubdok

Kurnia melihat bahwa kegiatan membuat konten tidak hanya menghasilkan materi digital, tetapi juga menjadi proses pembelajaran budaya. Ia menyebutkan bahwa setiap caption yang ditulis selalu didiskusikan bersama agar pesan yang disampaikan benar dan mendidik. Baginya, media sosial bukan hanya sarana berbagi informasi, melainkan juga wadah internalisasi nilai budaya. Menurut teori komunikasi edukatif dan partisipatif (Servaes, 2008), praktik seperti ini disebut *learning communication* — komunikasi yang menciptakan pemahaman bersama antara pelaku dan penerima pesan. Dalam hal ini, Kurnia tidak hanya menjadi pembuat pesan, tetapi juga pembelajar budaya yang menghidupkan kembali nilai-nilai NTT melalui media digital. Kurnia menegaskan bahwa kegiatan komunikasi digital IKMASTI bukan hanya berorientasi keluar, tetapi juga berfungsi sebagai proses pendidikan budaya bagi anggotanya. Melalui konten digital, mereka belajar memahami dan mencintai kembali akar budaya mereka sendiri.



Gambar 6. dengan tio followers ikmasti

Tio – Anggota Aktif dan Followers

Tio menilai bahwa konten budaya di Instagram tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membangkitkan emosi dan rasa rindu akan tanah asal. Menurutnya, media sosial membantu mahasiswa NTT mempertahankan hubungan emosional dengan daerah asal mereka di NTT, meskipun berada jauh dari rumah. Ia juga sering berinteraksi melalui kolom komentar dan membagikan setiap postingan untuk mengekspresikan dukungan terhadap setiap unggahan budaya yang ditampilkan di akun Instagram @ikmastisalatiga. Secara konseptual, hal ini sejalan dengan teori uses and gratifications yang menjelaskan bahwa audiens aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan sosial dan emosionalnya. Instagram IKMASTI memenuhi kebutuhan identitas dan kebanggaan budaya bagi mahasiswa NTT di rantau. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana self-affirmation dan cultural belonging bagi audiens. Tio menilai strategi komunikasi IKMASTI efektif karena tidak hanya menyampaikan pesan budaya, tetapi juga menyentuh sisi emosional audiens. Ia melihat akun tersebut sebagai rumah virtual yang menjaga koneksi emosional mahasiswa NTT dengan akar budayanya.

Melben Nenonupu – Senior dan Penasihat Organisasi

Melben menilai transformasi digital IKMASTI sebagai bentuk inovasi budaya. Ia menjelaskan bahwa dulu pelestarian budaya hanya dilakukan lewat pentas dan kegiatan adat, tetapi kini generasi muda mampu membawa tradisi itu ke platform digital dengan pendekatan yang lebih modern dan inklusif. Menurutnya, keberhasilan IKMASTI adalah bukti bahwa budaya bisa lestari jika dihidupi dan dikomunikasikan dengan cara yang relevan. Secara teoretis, pandangan Melben sejalan dengan konsep difusi inovasi (Rogers, 2003), di mana media sosial berperan sebagai saluran penyebaran ide baru dalam sistem sosial. Mahasiswa IKMASTI menjadi change agent yang menyebarkan inovasi kultural dengan memanfaatkan teknologi. Dengan kata lain, mereka tidak hanya menjaga warisan budaya, tetapi juga memperkenalkan bentuk baru pelestarian yang adaptif. Melben memandang strategi komunikasi digital IKMASTI sebagai tonggak penting dalam difusi budaya lokal NTT ke ruang global. Baginya, pelestarian budaya akan terus hidup jika diiringi inovasi dan adaptasi terhadap perkembangan media.

Strategi Komunikasi Digital IKMASTI

Dalam konteks perkembangan media dan komunikasi masa kini, strategi komunikasi digital menjadi elemen penting dalam upaya penyebaran pesan, pembentukan citra, dan pelestarian nilai budaya di ruang virtual. Strategi komunikasi digital dapat diartikan sebagai proses perencanaan dan pengelolaan pesan komunikasi yang memanfaatkan platform digital untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif. Menurut Effendy (2003), strategi komunikasi adalah kombinasi antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai hasil tertentu yang terukur. Artinya, strategi komunikasi tidak hanya menitikberatkan pada apa yang disampaikan, tetapi juga bagaimana pesan itu disusun, disalurkan, dan diterima oleh audiens dengan tepat. Dalam konteks media sosial, strategi komunikasi digital mencakup perencanaan konten, penggunaan simbol, pengemasan visual, hingga pola interaksi yang membentuk hubungan antara pengirim dan penerima pesan.

Bagi IKMASTI (Ikatan Mahasiswa Timor di Salatiga) UKSW, strategi komunikasi digital merupakan sarana utama untuk memperkenalkan, menampilkan, sekaligus melestarikan budaya lokal NTT di tengah masyarakat akademik yang multikultural. Melalui akun Instagram @ikmasti_salatiga, organisasi ini memanfaatkan kekuatan visual, narasi digital, dan interaksi sosial untuk membangun identitas budaya yang kuat di kalangan mahasiswa. Setiap unggahan, baik berupa foto, video, maupun caption, disusun dengan kesadaran kultural untuk menonjolkan

simbol-simbol budaya seperti tenun ikat, tarian Ja'i, alat musik Sasando, serta nilai-nilai khas seperti bahu tolong dan solidaritas. Dengan demikian, strategi komunikasi digital IKMASTI tidak sekadar berfungsi sebagai alat publikasi kegiatan organisasi, tetapi juga sebagai alat transformasi budaya, di mana media digital dijadikan ruang ekspresi dan dialog antara tradisi lokal dan dunia modern.

Dalam menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh IKMASTI UKSW, penelitian ini menggunakan sejumlah teori komunikasi budaya dan media digital yang relevan. Teori-teori tersebut berfungsi sebagai pisau analisis untuk memahami bagaimana pesan budaya dibangun, dikonstruksi, dan disebarluaskan melalui platform digital dalam hal ini Instagram. Melalui teori-teori ini, strategi komunikasi IKMASTI dapat dipahami bukan hanya sebagai aktivitas teknis, tetapi juga sebagai proses sosial dan kultural yang membentuk identitas budaya di tengah arus globalisasi media.

Strategi Representasi Budaya (*Cultural Representation Strategy*)

Strategi ini merupakan langkah awal dalam membangun citra budaya NTT melalui media sosial. Mahasiswa IKMASTI secara sadar menampilkan elemen-elemen budaya seperti motif tenun ikat, tarian Ja'i, alat musik Sasando, rumah adat, serta simbol-simbol kebersamaan dalam setiap unggahan. Elemen visual tersebut berfungsi sebagai kode budaya yang menyampaikan pesan non-verbal tentang identitas dan kebanggaan daerah asal mereka. Menurut teori representasi budaya Stuart Hall (1997), makna budaya tidak sekadar ditampilkan, tetapi diproduksi dan dinegosiasikan melalui simbol, bahasa, dan gambar. Dalam konteks ini, unggahan di akun @ikmasti_salatiga bukan hanya dokumentasi kegiatan, melainkan juga proses encoding meaning, yakni penyusunan makna budaya ke dalam bentuk visual yang dapat dipahami oleh publik luas. Melalui simbol-simbol budaya yang ditampilkan secara konsisten, IKMASTI membangun citra budaya NTT sebagai identitas yang khas namun terbuka terhadap interaksi lintas budaya. Lebih jauh, representasi budaya yang dilakukan oleh IKMASTI juga menunjukkan adanya proses konstruksi identitas baru di ruang digital. Hall (1997) menegaskan bahwa identitas bukan sesuatu yang tetap, melainkan hasil dari proses sosial yang terus berubah. Dengan demikian, ketika mahasiswa NTT menampilkan budayanya di Instagram, mereka tidak sekadar menampilkan masa lalu, tetapi merekonstruksi identitas budaya yang relevan dengan kehidupan modern. Representasi budaya di media sosial menjadi bentuk cultural dialogue antara tradisi dan modernitas, antara individu dan komunitas. Contohnya, unggahan berjudul "Uma Kebul – Rumah Budaya Penuh Cerita" menampilkan rumah adat Timor dengan caption reflektif tentang makna kekeluargaan. Unggahan seperti ini tidak hanya estetis secara visual, tetapi juga berfungsi sebagai narasi identitas kolektif, yang memperkuat rasa kebersamaan di kalangan mahasiswa NTT di rantau. Melalui strategi representasi budaya ini, IKMASTI berhasil menampilkan budaya sebagai identitas yang hidup, dinamis, dan mampu berdialog dengan zaman modern.

Strategi Partisipasi Digital (*Digital Participatory Strategy*)

Strategi kedua berfokus pada keterlibatan aktif audiens dalam proses komunikasi budaya digital. Sebagai organisasi mahasiswa, IKMASTI tidak memposisikan pengikut akun Instagram sebagai penerima pesan pasif, tetapi mengundang mereka untuk berinteraksi, memberi komentar, dan ikut membangun narasi budaya bersama. Hal ini tampak dari penggunaan tagar khas seperti #NTTBerbudaya, #AnakTimurBangga, dan #BahuTolongOnline, yang dirancang untuk membentuk komunitas digital budaya. Tagar ini menjadi ruang simbolik di mana mahasiswa NTT di berbagai daerah dapat mengekspresikan identitas dan solidaritasnya. Selain itu, unggahan

yang mengandung ajakan (“tag temanmu yang juga bangga jadi anak NTT”) menunjukkan bahwa IKMASTI mengedepankan komunikasi dua arah dan interaktif. Pendekatan ini sejalan dengan teori budaya partisipatif (participatory culture) yang dikemukakan oleh Henry Jenkins (2006). Menurut Jenkins, masyarakat digital kini bukan lagi audiens pasif, melainkan produsen makna dan kolaborator dalam menciptakan konten. IKMASTI memahami hal ini dengan baik: mereka membuka ruang bagi followers untuk ikut mengisi narasi budaya, baik melalui komentar, repost, maupun pengiriman foto kegiatan. Proses komunikasi ini bersifat kolaboratif, karena pesan budaya tidak hanya diproduksi oleh pengurus, tetapi juga oleh komunitas yang ikut terlibat. Lebih lanjut, strategi partisipasi digital juga memperkuat rasa memiliki (sense of belonging) terhadap komunitas budaya NTT. Ketika audiens ikut berinteraksi dengan konten, mereka tidak hanya menerima pesan, tetapi juga menjadi bagian dari proses pewarisan nilai budaya. Hasil observasi menunjukkan bahwa setiap unggahan budaya memperoleh interaksi yang tinggi, menandakan adanya hubungan emosional antara pengirim pesan dan penerima. Dengan demikian, partisipasi digital IKMASTI telah menciptakan ruang komunikasi budaya yang bersifat demokratis, terbuka, dan kolaboratif.

Strategi Komunikasi Nilai Budaya (*Cultural Value Communication Strategy*)

Nilai budaya merupakan inti pesan yang disampaikan melalui setiap aktivitas komunikasi IKMASTI. Dalam setiap unggahan, terutama pada caption, pengurus selalu menyisipkan pesan moral dan nilai-nilai sosial khas masyarakat NTT seperti bahu tolong, gotong royong, solidaritas, kejujuran, dan toleransi. Nilai-nilai ini ditransformasikan ke dalam konteks digital, agar relevan bagi generasi muda yang hidup di era media sosial. Sebagai contoh, unggahan bertema “Bahu Tolong dalam Dunia Digital” tidak hanya menampilkan foto kegiatan sosial, tetapi juga menyampaikan pesan reflektif tentang pentingnya menolong satu sama lain di dunia maya. Pesan tersebut menunjukkan bahwa budaya NTT tidak terikat pada ruang fisik, tetapi dapat dihidupkan kembali melalui komunikasi digital. Dengan demikian, media sosial menjadi medium pelestarian nilai budaya — bukan sekadar media hiburan. Teori komunikasi partisipatif dari Servaes (2008) menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi budaya bergantung pada sejauh mana nilai-nilai lokal diinternalisasi oleh masyarakat. IKMASTI tidak hanya menyampaikan nilai-nilai budaya secara satu arah, tetapi juga menciptakan ruang refleksi di mana anggota dan audiens dapat merenungkan makna budaya tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Proses ini menunjukkan bahwa komunikasi budaya yang dilakukan bersifat edukatif, reflektif, dan transformatif. Lebih jauh, strategi ini memperlihatkan adanya proses transfer nilai budaya dari generasi senior kepada generasi muda melalui media digital. Pengurus dan anggota IKMASTI berperan sebagai “komunikator nilai” yang memastikan agar esensi budaya tetap terjaga dalam bentuk komunikasi modern. Hal ini menjadikan Instagram bukan hanya sebagai media promosi kegiatan, tetapi juga sebagai ruang pendidikan budaya (cultural pedagogy) bagi seluruh mahasiswa NTT. Dengan demikian, komunikasi yang dilakukan IKMASTI bersifat transformasional — melestarikan, memodernisasi, sekaligus menanamkan kembali nilai-nilai budaya lokal di era digital.

Strategi Adaptasi Digital (*Cultural Digital Adaptation Strategy*)

Dalam era globalisasi media, IKMASTI menyadari bahwa cara berkomunikasi harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren visual tanpa menghilangkan makna budaya. Tim Publikasi dan Dokumentasi (Pubdok) mengembangkan konsep visual yang memadukan unsur tradisional dan modern, seperti warna tenun Timor dalam desain grafis, penggunaan tipografi kontemporer, dan penggabungan musik tradisional Sasando dengan instrumen modern dalam video Reels. Konsep ini menunjukkan pemahaman yang kuat terhadap teori cultural

hybridization dan third space yang dikemukakan oleh Homi K. Bhabha (1994). Menurut Bhabha, identitas budaya di era global tidak lagi murni tradisional atau modern, melainkan terbentuk di ruang ketiga (third space) — ruang negosiasi antara dua dunia. Dalam konteks IKMASTI, media sosial menjadi “ruang ketiga” tempat nilai-nilai budaya NTT bernegosiasi dengan estetika digital masa kini. Hasilnya adalah bentuk komunikasi budaya yang tidak kehilangan otentisitas, tetapi tetap dapat diterima oleh generasi muda lintas daerah. Adaptasi digital ini juga berfungsi sebagai strategi resistensi terhadap dominasi budaya global. Dengan mengemas budaya lokal dalam format digital yang modern, IKMASTI menunjukkan bahwa budaya NTT dapat eksis dan bersaing di tengah arus globalisasi media. Hal ini sejalan dengan gagasan McLuhan (1964) tentang *the medium is the message*, bahwa media baru tidak hanya menjadi alat penyampai, tetapi juga membentuk cara manusia memahami realitas. Dalam hal ini, media sosial menjadi wahana kreatif bagi mahasiswa NTT untuk menegosiasikan eksistensi budaya mereka di ruang digital global. Melalui strategi adaptasi digital ini, IKMASTI berhasil menjaga keseimbangan antara autentisitas budaya dan daya tarik visual modern. Budaya lokal tidak diperlakukan sebagai sesuatu yang kuno, melainkan dihadirkan sebagai gaya hidup kreatif anak muda NTT. Inilah bukti bahwa media sosial dapat menjadi jembatan antara tradisi dan modernitas — bukan penghalang, melainkan penguat pelestarian budaya.

Strategi Jurnalisme Budaya Digital (*Digital Cultural Journalism Strategy*)

Strategi terakhir yang dijalankan IKMASTI adalah penerapan prinsip jurnalisme warga budaya (*citizen cultural journalism*). Tim Pubdok bertindak sebagai jurnalis komunitas yang tidak hanya mendokumentasikan kegiatan budaya, tetapi juga menarasikan ulang makna budaya lokal dalam bentuk konten digital. Setiap konten memiliki elemen jurnalistik: subjek (acara budaya), narasumber (anggota/senior IKMASTI), narasi (caption informatif), dan dokumentasi visual (foto atau video). Pendekatan ini memperlihatkan penerapan konsep media sebagai ruang publik (*public sphere*) yang dikemukakan oleh Jürgen Habermas (1989). Dalam teori ini, media menjadi arena di mana individu dapat berpartisipasi dalam diskursus sosial dan membangun opini bersama. Akun Instagram @ikmasti_salatiga berperan sebagai ruang publik budaya tempat mahasiswa NTT berdialog, bertukar gagasan, dan meneguhkan identitas kolektif mereka melalui narasi digital. Dengan demikian, komunikasi budaya yang dilakukan IKMASTI tidak hanya satu arah, tetapi juga membuka ruang bagi dialog dan apresiasi publik. Selain itu, strategi ini memperlihatkan fungsi jurnalisme dalam konteks budaya, sebagaimana dikemukakan oleh McQuail (2010) bahwa media massa berperan dalam membentuk kesadaran sosial dan memperkuat identitas komunitas. Mahasiswa IKMASTI menjadi produsen pengetahuan budaya yang berupaya mendokumentasikan warisan budaya mereka sendiri. Setiap unggahan menjadi bentuk arsip digital budaya NTT, yang memperlihatkan transformasi jurnalisme tradisional menjadi digital cultural storytelling. Dengan adanya strategi ini, media sosial tidak hanya menjadi alat publikasi organisasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat dokumentasi sejarah dan pelestarian identitas. Mahasiswa IKMASTI berhasil memanfaatkan Instagram sebagai media jurnalistik komunitas yang berfungsi edukatif, reflektif, dan inspiratif. Hal ini memperkuat posisi mereka bukan hanya sebagai komunikator budaya, tetapi juga sebagai penulis sejarah baru budaya NTT di ruang digital.

Dokumentasi Kegiatan Budaya di Feed Instagram

Hasil observasi menunjukkan bahwa akun Instagram @ikmasti_salatiga berfungsi sebagai ruang dokumentasi budaya digital, yang memvisualisasikan kegiatan dan nilai-nilai budaya NTT di lingkungan UKSW. Berikut tabel beberapa hasil observasi konten @ikmastisalatiga yang

diproduksi oleh pengurus IKMASTI periode 2025/2026.

Tabel 1. Dokumentasi kegiatan

No	Kegiatan	Tanggal dan Konten	Deskripsi dan Pesan Budaya
1	Salatiga Ethnic Festival 2.0 	25 Oktober 2025	Kegiatan ini menampilkan tarian Ja'i dan Likurai oleh anggota IKMasti dengan kostum tenun dan alat musik gong khas NTT. Melalui unggahan ini, mahasiswa menegaskan eksistensi budaya Timur di ruang multikultural kampus. Pesan budaya: <i>"Menari bukan hanya gerak tubuh, tapi cara kami mengingat asal."</i>
2	Cultural Action & Food Festival 	24 Juni 2025	IKMasti membuka stand kuliner tradisional seperti se'i sapi, jagung bose, dan sambal lu'at dan juga menampilkan band lokal dengan menyanyikan lagu asal Timor. Kegiatan ini menggambarkan strategi pelestarian budaya melalui cita rasa lokal juga pelestarian tarian serta band lokal dengan nuansa budaya. Pesan budaya: <i>"Rasa adalah cara kami mengenalkan tanah asal."</i>
3	Teatrikal Jalan Salib Paskah 	20 April 2025	Drama rohani ini menggabungkan elemen iman dan budaya melalui lagu rohani berbahasa daerah dan ornamen tenun. Pesan budaya: <i>"Iman kami berakar di tanah dan budaya yang sama."</i>
4	Makrab IKMasti 2025 	25 – 26 Maret 2025	Kegiatan pengenalan anggota baru yang disertai permainan tradisional dan simbol "baku tolong". Pesan budaya: <i>"Kami bersaudara bukan karena darah, tapi karena budaya yang sama."</i>

5	IKMASTI Cup 2025 	29 Agustus 2025	Kompetisi sepak bola antaranggota yang melatih kebersamaan dan disiplin. Pesan budaya: “Sportivitas adalah bentuk lain dari semangat timur: jujur, tegas, dan bersaudara.”
6	Gelar Inovasi Harmoni Nusantara (GIHN) 2025 – Etnis 4 IKMASTI 	25 Juni 2025	Penampilan musik kolaboratif mahasiswa IKMasti yang menggabungkan alat musik tradisional (gong dan sasando) dengan band modern. Pesan budaya: “Budaya tidak hilang, hanya berganti panggung.”

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Strategi Komunikasi Mahasiswa IKMASTI di UKSW dalam Mengangkat Budaya Lokal melalui Feed Instagram @ikmasti_salatiga”, dapat disimpulkan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh mahasiswa asal Nusa Tenggara Timur (NTT) melalui organisasi IKMASTI UKSW bukan sekadar aktivitas publikasi, tetapi merupakan bentuk pelestarian dan transformasi budaya lokal di ruang digital. Dalam konteks ini, media sosial, khususnya Instagram, berperan sebagai sarana strategis dalam menampilkan, memaknai, dan menyebarkan nilai-nilai budaya NTT agar tetap hidup dan relevan di tengah modernisasi dan globalisasi yang kian masif.

Mahasiswa IKMASTI memanfaatkan media digital bukan hanya untuk menampilkan kegiatan organisasi, melainkan untuk membangun narasi kebudayaan yang mencerminkan jati diri masyarakat NTT. Akun @ikmasti_salatiga menjadi ruang komunikasi budaya yang terbuka, di mana nilai-nilai seperti bahu tolong, solidaritas, kebersamaan, dan rasa bangga terhadap asal-usul daerah dihidupkan kembali dalam bentuk digital. Setiap unggahan tidak hanya menampilkan elemen estetika budaya seperti tenun ikat atau tarian Ja’i, tetapi juga menyampaikan pesan simbolik dan moral yang menegaskan identitas mahasiswa NTT di lingkungan kampus multikultural UKSW.

Dari hasil penelitian ditemukan lima strategi komunikasi utama yang dijalankan oleh IKMASTI, yaitu strategi representasi budaya, strategi partisipasi digital, strategi komunikasi nilai

budaya, strategi adaptasi digital, dan strategi jurnalisme budaya digital.

1. Strategi representasi budaya berfungsi sebagai sarana menampilkan identitas melalui simbol visual dan narasi bermakna, sesuai dengan teori representasi Stuart Hall (1997) yang menyatakan bahwa budaya diproduksi melalui simbol dan bahasa.
2. Strategi partisipasi digital memperlihatkan keterlibatan aktif anggota dan audiens, sejalan dengan teori participatory culture Jenkins (2006), di mana audiens tidak lagi pasif, tetapi turut menjadi produsen makna budaya.
3. Strategi komunikasi nilai budaya menunjukkan bagaimana nilai-nilai sosial khas masyarakat NTT seperti gotong royong, kebersamaan, dan kejujuran dapat diinternalisasi melalui media sosial.
4. Strategi adaptasi digital menggambarkan kemampuan IKMASTI menggabungkan unsur budaya tradisional dengan gaya komunikasi modern, sebagaimana konsep cultural hybridization Homi Bhabha (1994) yang menekankan adanya ruang ketiga (third space) dalam pertemuan budaya lokal dan global.
5. Strategi jurnalisme budaya digital menunjukkan peran mahasiswa sebagai citizen cultural journalist yang mendokumentasikan dan menyebarkan nilai budaya melalui media digital, sesuai dengan konsep public sphere Habermas (1989), di mana media menjadi arena pertukaran makna sosial yang terbuka.

Hasil wawancara dengan delapan informan utama—Richard (Ketua), Anzar (Sekretaris), Ryan (Koordinator Pubdok), Famy dan Kurnia (anggota Pubdok), Melben (penasihat organisasi), serta Fino dan Varel (followers aktif)—menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan tidak bersifat teknis semata, tetapi juga ideologis dan reflektif. Para informan menegaskan bahwa media sosial menjadi ruang belajar dan pewarisan budaya, di mana mahasiswa tidak hanya menampilkan tradisi, tetapi juga memahami maknanya kembali. Komunikasi budaya yang dijalankan IKMASTI bersifat dua arah—menguatkan identitas internal anggota sekaligus memperkenalkan budaya lokal kepada khalayak luas. Proses ini menunjukkan bagaimana teknologi digital dapat berfungsi sebagai jembatan antara nilai tradisi dan ekspresi modern.

Selain itu, strategi komunikasi digital IKMASTI juga memiliki dimensi sosial dan emosional yang kuat. Pengalaman audiens seperti Fino dan Varel memperlihatkan bahwa media sosial mampu membangun keterikatan emosional dan rasa bangga terhadap identitas budaya. Temuan ini memperkuat teori uses and gratifications, bahwa media tidak hanya berfungsi untuk memperoleh informasi, tetapi juga memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial akan identitas serta afiliasi budaya. Dengan demikian, strategi komunikasi yang dijalankan IKMASTI berhasil membentuk rasa memiliki (sense of belonging) dan solidaritas di antara mahasiswa NTT di tanah rantau.

Secara konseptual, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelestarian budaya di era digital tidak lagi berfokus pada benda atau ritual semata, melainkan pada pelestarian makna, simbol, dan nilai-nilai yang terus diproduksi melalui media digital. Proses ini sejalan dengan pandangan Stuart Hall (1997) bahwa budaya selalu bersifat dinamis dan terus dinegosiasikan. IKMASTI UKSW berhasil membuktikan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai ruang produksi budaya baru yang tidak hanya melestarikan, tetapi juga menghidupkan kembali nilai-nilai lokal melalui ekspresi visual dan naratif yang kreatif.

Lebih jauh, strategi komunikasi digital yang dilakukan IKMASTI juga dapat dipahami sebagai bentuk cultural resistance, sebagai upaya mempertahankan eksistensi identitas lokal di tengah arus homogenisasi budaya global. Mahasiswa NTT melalui aktivitas digitalnya mampu menegaskan bahwa budaya bukan sesuatu yang statis, melainkan sesuatu yang dapat berevolusi mengikuti perubahan zaman tanpa kehilangan makna dasarnya. Dalam ruang digital, mereka menciptakan bentuk komunikasi budaya baru yang lebih inklusif, partisipatif, dan relevan bagi generasi muda. Dengan demikian, strategi komunikasi digital IKMASTI UKSW bukan hanya menjawab rumusan masalah penelitian ini, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap praktik pelestarian budaya lokal di era media baru.

DAFTAR REFERENSI

- Agustini, D. (2024). Penggunaan Media Instagram dalam Mempertahankan Kain Jumputan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 45–58.
- Schneider, D. D. (2017). Peran Account Kampanye Budaya di Media Sosial Instagram dalam Memperkenalkan Sarung Samarinda sebagai Icon Fashion. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 123–134.
- Triaputri, N. (2022). Efektivitas Akun Instagram @infosumar sebagai Media Edukasi Budaya. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 6(1), 55–67.
- Pratiwi, A., & Lestari, R. (2021). Media Sosial sebagai Sarana Pelestarian Budaya Lokal: Studi Deskriptif pada Komunitas Seni Banyumas. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 24(2), 201–214.
- Nugroho, F. (2023). Pemanfaatan Instagram dalam Kampanye Sosial Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Komunikasi dan Sosial*, 15(1), 89–102.
- Sari, M., & Hidayat, A. (2022). Strategi Digital Branding Budaya Lokal melalui Instagram: Studi Kasus Komunitas Kesenian Tradisional. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 77–90.
- Yuliana, E. (2025). Instagram sebagai Ruang Identitas Budaya Generasi Muda di Era Digital. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi*, 2(1), 33–42.
- Bungin, B. (2011). Metodologi penelitian kualitatif: Aktualisasi metodologis ke arah ragam kontemporer. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2014). Perencanaan dan strategi komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Krippendorff, K. (2018). Content analysis: An introduction to its methodology (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kozinets, R. V. (2010). Netnography: Doing ethnographic research online. London: Sage Publications.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods. Beverly Hills: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2021). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Aji, R. P. (2021). Strategi Komunikasi Komunitas Anak Muda dalam Melestarikan Budaya Lokal Melalui Media Sosial Instagram (Studi pada Komunitas Budaya di Kota Salatiga). Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Hall, Stuart. (1997). Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. London: Sage Publications.

-
- Hall, Stuart. (1996). *Cultural Identity and Diaspora*. In Jonathan Rutherford (Ed.), *Identity: Community, Culture, Difference* (pp. 222–237). London: Lawrence & Wishart.
- Heryanto, Ariel. (2018). *Budaya Populer di Indonesia: Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Ibrahim, Idi Subandy. (2011). *Budaya Populer sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, Henry. (2009). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.
- Lewa, D. F. (2020). *Peran Mahasiswa NTT di UKSW dalam Melestarikan Nilai Budaya Melalui Kegiatan Organisasi Daerah (Studi pada IKMasti Salatiga)*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Littlejohn, Stephen W., & Foss, Karen A. (2011). *Theories of Human Communication* (10th ed.). Long Grove: Waveland Press.
- McQuail, Denis. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. (2018). *Komunikasi Antarbudaya di Era Digital*. Jakarta: Kencana.
- Ngala, F. T. (2022). *Makna Simbolik Budaya NTT dalam Kegiatan Etnik Fest UKSW di Salatiga*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Servaes, Jan. (2008). *Communication for Development and Social Change*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Sobur, Alex. (2016). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Strauss, Anselm, & Corbin, Juliet. (2015). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif: Tata Langkah dan Teknik-Teknik Teoritisasi Data*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suyanto, Bagong. (2013). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tamburaka, Apriadi. (2013). *Komunikasi Massa: Konsep dan Teori*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Ting-Toomey, Stella. (1999). *Communicating Across Cultures*. New York: The Guilford Press.
- Wibowo, Fred. (2014). *Komunikasi dan Budaya Lokal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wulang, S. A. (2023). *Strategi Digitalisasi Komunitas Mahasiswa Daerah dalam Mengangkat Identitas Budaya Lokal di Media Sosial (Studi Kasus IKMasti UKSW)*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.