

ABSTRAK

Batik telah menjadi bagian keseharian masyarakat Indonesia yang sangat berarti dan telah menjadi aset kekayaan Nusantara. Keberadaan batik menjadi sangat penting bagi perkembangan perekonomian di Indonesia. Kawasan Batik Trusmi merupakan salah satu sentra batik di Cirebon yang tidak pernah sepi pengunjung salah satunya gerai BT Batik Trusmi yang seolah telah menjadi bagian wajib bagi pengunjung bila mengunjungi Kota Cirebon baik berbelanja *offline* maupun *online* dengan memanfaatkan salah satu media yaitu Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana persepsi masyarakat lokal terhadap Digitalisasi konten instagram @btbatiktrusmi secara umum Ciayumajakuning yakni Indramayu, Majalengka, Kuningan dengan 10 informan. Hal ini maka dampaknya tidak hanya pada persepsi warga Cirebon saja akan tetapi juga berdampak pada masyarakat kabupaten lokal disekitarnya.dengan menggunakan teori interasionisme simbolik George Herbert melalui penelitian metode kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam.

Hasil penelitian disimpulkan bahwa Persepsi warga lokal terhadap Perkembangan Digitalisasi dapat dilihat dari 2 aspek yaitu positif dan dan negatif. Aspek positif yaitu Perkembangan Digitalisasi telah menandakan ekonomi masyarakat telah berkembang pesat, Digitalisasi membawa perubahan besar pada masyarakat dan Aspek negatif yaitu, persepsi masyarakat lokal yang menganggap kehadiran digital marketing akan membuat kelesuan pada pengrajin kecil dan gerai batik lainnya yang akan terpuruk akibat adanya digitalisasi yang semakin canggih yang dimiliki BT Batik Trusmi.

Kata kunci: Persepsi Warga lokal, Digitalisasi Media Instagram, Batik Trusmi.