Jurnal Ekonomi, Syariah dan Studi Islam
Vol. 3 No. 2, Oktober 2025
E-ISSN: 2986-2981
DOI: https://doi.org/10.59548

TRANSFORMASI KESULTANAN BANJAR DI ERA DIGITAL

Mira Ayudia Sari, Fadhel Muhammad
Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Indonesia
Corresponding E-mail: Fadhelmuhammad.has@gmail.com

ABSTRACT

Social media has transformed how identities and authority are represented in digital spaces. This study examines how the Sultanate of Banjar, which lost political power after its dissolution by the Dutch in 1905, employs Instagram as a medium for cultural representation and identity negotiation. Using a qualitative approach through literature review and document analysis of the official account @kesultananbanjar_official, the research applies representation theory, identity negotiation, and Reading Images Grammar of Visual Design as its framework. Findings reveal that the Sultanate revitalizes heritage through visual content, historical narratives, and hashtags such as #KesultananBanjar. By integrating religion, tradition, and mysticism, the account strengthens cultural identity and fosters interaction via likes, views, and collaborations. Ultimately, social media becomes a strategic arena for the Sultanate to preserve heritage, assert symbolic power, and expand cultural presence globally.

Keywords: *Sultanate Of Banjar, Instagram, Cultural Heritage, Digital Identity.*

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license E-ISSN: 2987-0909, DOI: 10.59548/je.v3i2.476

Pendahuluan

Perkembangan jejaring sosial berawal pada dekade 1970 melalui layanan surat elektronik dan percakapan daring. Perkembangan ini kemudian mengalami kemajuan pesat pada awal 2000, ditandai dengan kemunculan platfrom media sosial yang lebih inovatif seperti Facebook, Instagram, Youtube, WhatsApp, dan lainnyam(Erik Grensen, 2024). Media sosial memberikan pengaruh signifikan terhadap tatanan kehidupan masyarakat pada abad modern. Menurut Sam Decker, media sosial dipahami sebagai konten digital dan interaksi antar individu. Sementara menurut Lisa Buyer, mendefinisikan media sosial sebagai bentuk hubungan masyarakat yang bersifat transparan, menarik, dan interaktif (Arum, 2017). Menurut Merriam Webster mendefiniskan media sosial *"froms of electronic communaction (such as website for social networking and microblogging) through which users create online communities to share information, ideas, personal messages, and other content (such as videos)"* (Kristi, 2022). Hal ini bermaknai media sosial ialah sebuah bentuk komunikasi elektronik seperti situs web untuk jejaring sosial dan mikroblog yang digunakan pengguna untuk membuat komunitas daring guna berbagi informasi, ide, pesan pribadi, dan konten lainnya.

Media sosial menawarkan layanan informasi signifikan bagi masyarakat dengan ragam kepentingan seperti pendidikan, budaya, hiburan, dan politik. Di bidang politik, media sosial memfasilitasi praktik politik secara cepat, terbuka, dan efisien pengeluaran anggaran(Faridhian, 2013). Aktor politik memanfaatkan media sosial untuk kampanye, membangun citra diri, menyebarkan informasi partai, serta menampung aspirasi melalui dua arah (Sukma, 2021). Media sosial berperan penting dalam politik karena mampu memperluas jangkauan suara, dukungan, dan pengaruh, sekaligus menjadi sarana interaksi aktif sebagai wadah penyebaran ide dan aksi politik demi kepentingan publik (Berliani, 2014). Media sosial membuka ruang interaksi publik yang memungkinkan elit politik dan masyarakat mengakses informasi terkait kegiatan, peristiwa, maupun isu aktual. Pemanfaatannya juga mampu menekan biaya kampanye, misalnya melalui penggunaan akun resmi dan *buzzer* politik untuk memperkuat branding, membangun kepercayaan, serta meraih dukungan suara masyarakat (Rieka, 2019).

Pemilu 2024 menunjukkan bahwa media sosial adalah alat penting bagi politisi seperti Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo. Media sosial digunakan untuk membangun citra positif, berkomunikasi langsung dengan masyarakat, menyebarkan visi-misi, serta memobilisasi dukungan melalui berbagai konten digital (Deden, 2023). Media sosial digunakan dalam revitalisasi politik untuk skala nasional dan internasional, tetapi juga untuk politik lokal seperti kesultanan. Meskipun zaman sekarang tidak lagi mengadopsi sistem kesultanan sebagai bentuk utama otoritas, warisan budaya dari kesultanan masih berpengaruh besar dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Seperti,

Kesultanan Banjar yang mempertahankan pengaruh kebudayaan melalui kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini berkenaan dengan Kesultanan Banjar yang didirikan pada tahun 1526–1905 (Bani & Naimatul, 2008). Kesultanan Banjar merupakan kelanjutan Kesultanan Negara Daha, setelah Maharaja Sukarama menggantikan Sekar Sungsang sebagai raja, ia menetapkan wasiat jika ia meninggal, cucunya Raden Samudera atau Sultan Suriyansyah menjadi penerus tahta (Wahab & Rangga, 2022). Kesultanan Banjar mengalami puncak kejayaan pada awal abad ke-17 melalui dominasi perdagangan lada yang menjadi sumber utama pendapatan ekonomi kerajaan. Pada periode tersebut, wilayah kekuasaan Kesultanan Banjar meluas hingga mencakup Kalimantan bagian Barat Daya, Tenggara, dan Timur, serta berhasil menundukkan sejumlah daerah strategis di Pulau Borneo. Meskipun terjadi konflik politik dengan Kesultanan Mataram di Jawa, hubungan kedua entitas politik tersebut akhirnya mencapai konsensus perdamaian pada tahun 1637. Namun, dinamika internal serta intervensi eksternal, khususnya melalui konfrontasi dengan VOC Belanda, mendorong terjadinya fase kemunduran politik dan ekonomi. Puncaknya, pada 11 Juni 1860, Pemerintah Kolonial Belanda secara resmi menghapus Kesultanan Banjar dan menggantikannya dengan sistem pemerintahan komisi, yang kemudian berakhir pada 24 Januari 1905 (Alhidayath, 2021).

Berakhirnya Kesultanan Banjar banyak meninggalkan budaya di masyarakat Banjar. Meskipun mayoritas masyarakat Banjar menganut Islam, masih terdapat tradisi dan kepercayaan pra-Islam yang dipertahankan (Alvionita, 2023). Singkatnya, kepercayaan terhadap makhluk halus, upacara tradisional seperti mandi bagi wanita hamil, serta praktik seperti kesurupan, kapidaraan, dan pengobatan dengan dukun, masih dijaga dalam masyarakat Banjar. Sisa-sisa kepercayaan pra-Islam juga terlihat dalam keyakinan terhadap kekuatan benda-benda tertentu, hari baik dan buruk, serta praktik seperti sesajen (Barjie, 2013).

Usaha menghidupkan kembali dan memperkenalkan Kesultanan Banjar secara global, upaya dilakukan dengan merevitalisasi otoritas budaya melalui media sosial. Sejalan dengan itu terdapat Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 39 Tahun 2007 tentang Pedoman Fasilitasi Organisasi Kemasyarakatan Bidang Kebudayaan, Keraton dan Lembaga Adat dalam Pelestarian dan Pengembangan Budaya Daerah. Menjaga kebudayaan itu agar selalu ada, maka usaha yang dilakukan kesultanan Banjar dalam merevitalisasi otoritas ini dari segi budaya maka perlu melakukan usaha. Salah satu inisiatif utamanya untuk merepresentasikan budaya ini adalah melalui situs resmi Instagram @kesultananbanjar_official yang memiliki 106 ribu pengikut. Jumlah pengikut ini terus bertambah seiring dengan aktivitas yang dilakukan Kesultanan Banjar dalam mengelola media sosial mereka, menggunakan tagar #kesultananbanjar sebagai identitas dan penghubung komunitas online. Melalui platform-platform ini, Kesultanan Banjar berupaya

untuk mempromosikan warisan budaya dan sejarah mereka kepada audiens global, serta membangun kembali kesadaran akan pentingnya kesultanan ini dalam sejarah Indonesia.

Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Kesultanan Banjar merepresentasikan kekuasaan dan berpartisipasi dalam kontestasi melalui unggahan di media sosial. Penulisan ini fokus pada revitalisasi budaya Banjar yang dibentuk dengan baik di platform media sosial mereka. Metode kualitatif digunakan untuk menguraikan fenomena yang terjadi dan mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang realitas yang ada di lapangan (Rusliwa, 2005). Metode pengumpulan data yang digunakan termasuk tinjauan pustaka *library search* untuk mencari informasi dari berbagai sumber seperti perpustakaan daerah, buku, jurnal, artikel, dan sumber lain baik offline maupun online (Khatibah, 2011). Studi literatur dilakukan untuk mencari penelitian terdahulu, teori-teori, metode, dan konsep-konsep yang relevan (Rina, 2023). Selain itu, dilakukan juga studi dokumen ialah, catatan peristiwa masa lalu, bisa berupa tulisan, gambar, atau karya monumental. Contohnya adalah buku harian untuk tulisan, dan ada juga sejarah, biografi, peraturan, kebijakan, dan cerita(Feny dkk, 2022), dengan mengunduh atau menangkap tangkapan layar dari unggahan-unggahan media sosial yang relevan, penelitian ini meneliti representasi tekstual yang dibuat langsung oleh subjek.

Teori yang dapat menajamkan penulisan ini ialah teori representasi dalam media sosial dengan terkuantifikasi dalam upaya membangun kontruksi identitas secara virtual melalui angka grafik di media sosial. Bentuk aktivitas yang diulang-ulang dan keyakinan bahwa kualitas diri dapat meningkat dengan self-tracking (Rettberg,2016). Teori Negoisasi di media sosial yang dikemas apik dengan budaya baru, konsep identitas telah berubah menjadi lebih cair *fluid* (Bauman, 2004). Individu bisa dengan leluasa mengkonstruksikan identitas mereka sendiri yang mungkin bebrbeda dengan dunia nyatanya.

Teknik analisis oleh Gunther Kress dan Theo Van Leeuwen ialah konsep *Reading Image-Grammarr Of Visual Design* dengan analisis representasi naratif dari gambar budaya kesultanan Banjar di media sosial, terdapat dua hal yang penting untuk diperhatikan: *represented participant,* mengacu pada objek atau subjek yang terlihat dalam gambar. Dalam konteks ini, objek yang direpresentasikan adalah elemen-elemen budaya Kesultanan Banjar yang terdapat dalam gambar. Objek-objek ini bisa berperan sebagai aktor, reaktor, objek/goal, atau fenomena dalam gambar (Kress & Van Leeuwen, 2006*). Interactive participant* ialah menggambarkan hubungan atau interaksi antara objek dalam gambar dengan penonton atau pengikut *(followers)* di media sosial, interaksi ini dapat melihat bagaimana jumlah *views* dalam menonton video di Kesultanan Banjar serta jumlah *like* dan *comment* yang ada di postingan Kesultanan Banjar gambar (Kress & Van Leeuwen, 2006). Dengan menganalisis kedua dimensi ini, penulis dapat lebih memahami bagaimana gambar budaya Kesultanan Banjar dan postingan di media sosial tidak hanya mempresentasikan

budaya mereka, tetapi juga membentuk interaksi yang kompleks dengan pengikut mereka di *platform* tersebut. Teori representasi dalam media sosial dengan terkuantifikasi dalam upaya membangun kontruksi identitas secara virtual melalui angka grafik di media sosial. Bentuk aktivitas yang diulang-ulang dan keyakinan bahwa kualitas diri dapat meningkat dengan *self-tracking* (Rettberg,2016).

Hasil dan Pembahasan

A. Sejarah & konstribusi Kesultanan Banjar

Banjarmasin adalah sebuah kesultanan yang didirikan pada tahun 1526, dengan pusat pemerintahannya di distrik Banjarmasih, yang kini menjadi bagian dari Kelurahan Kuin Utara, Kecamatan Banjarmasin Utara secara administratif (Vera, 2019). Kesultanan Banjar merupakan kelanjutan dari Kesultanan Negara Daha di Kalimantan Selatan. Pada masa awal, daerah ini diperintah oleh Kesultanan Negara Daha yang dipimpin oleh Maharaja Sukarama, memerintah pada masa yang tidak terlalu jauh dari awal abad ke-16. Sebelum wafat, Maharaja Sukarama berwasiat bahwa cucunya bernama Raden Samudera atau Sultan Suriyansyah yang akan menjadi penerus tahtanya. Setelah wafatnya Maharaja Sukarama, wasiat tersebut dilaksanakan dengan menobatkan Raden Samudera sebagai penguasa baru. Dalam kapasitasnya sebagai pemimpin, Raden Samudera mengukuhkan diri dengan gelar Sultan Suriansyah, yang tercatat sebagai raja pertama dari entitas politik baru yang kemudian dikenal sebagai Kesultanan Banjar. Di bawah kepemimpinan Sultan Suriansyah, Kesultanan Banjar mengalami perkembangan signifikan dan berperan penting dalam dinamika sejarah Kalimantan Selatan. Masa pemerintahannya menandai transisi kekuasaan dari Kesultanan Negara Daha menuju Kesultanan Banjar, yang selanjutnya menjadi pusat politik dan kebudayaan di kawasan tersebut (Syakhrani & Islami, 2022).

Masa kejayaan kesultanan ini tercatat pada abad ke-17 di bawah pemerintahan Sultan Mustain Billah, ketika Banjar menjadi pusat perdagangan lada yang ramai dikunjungi bangsa asing, termasuk Inggris. Namun, kesultanan ini mengalami kemunduran saat diserang oleh Kesultanan Mataram Islam dan terlibat dalam polemik dengan VOC Belanda, yang akhirnya menyebabkan runtuhnya Kesultanan Banjar pada tahun 1905 setelah dihapuskan pada tahun 1860 oleh pemerintahan Belanda (Nabil, 2023). Kesultanan Banjar, yang berpusat di Kalimantan Selatan memberikan kontribusi yang signifikan dalam berbagai bidang antara lain agama, ekonomi, budaya, pemerintahan, bahasa, dan sejarah. Salah satu kontribusi terpenting dari Kesultanan Banjar adalah dalam bidang keagamaan, khususnya penyebaran Islam di Kalimantan Selatan. Sultan Suriansyah, berperan penting dalam memperkuat dan mempopulerkan Islam di wilayah ini. Ia membangun masjid-masjid dengan arsitektur unik sebagai peninggalan budaya dan mendukung kegiatan keagamaan yang menjadi kuat dalam masyarakat setempat (Achmad, Yusuf & Ridhoni, 2023).

B. Representasi Kesultanan Banjar di akun Instagram @kesultanan_Banjar

Kesultanan Banjar memiliki media sosial dengan akun @kesultanan_Banjar yang aktif sejak Januari 2014 hingga kini. Selama periode ini, akun tersebut telah menghasilkan total 2,894 post. Detail konten yang dibagikan dapat bervariasi hal yang sering dibahas dalam Kesultanan Banjar di media sosial. Kategori Postingan ialah

a) Konten "Sejrah Banjar Dayak Badingsanak" mendapatkan 13.987 ribu like dari masyarakat media sosial. Sejarah hubungan antara etnis Dayak Meratus dan etnis Banjar di Desa Loksado dan Desa Hulu Banyu/Tanuhi sangat dipengaruhi oleh sejarah panjang mereka. Orang Dayak Meratus sering kali menjadi pendukung atau korban kekuasaan pihak luar, seperti pada masa pemerintahan Kesultanan Banjar, masa kolonial, hingga era kemerdekaan. Meskipun demikian, terjadi negosiasi antara budaya Dayak dengan pengaruh luar, termasuk agama Islam dan Kristen serta struktur pemerintahan. Di Desa Hulu Banyu, mayoritas penduduknya orang Banjar yang menyebabkan dominasi pendatang baru, sementara orang Dayak asli terpinggirkan. Namun, kedua kelompok ini terlibat dalam negosiasi identitas, seperti penerimaan mitos badingsanak dan adopsi upacara tradisional oleh orang Banjar, sebagai upaya menjaga harmoni sosial.(Mujiburrahman, 2011).

Gambar *Instagram* @kesultananBanjar_official (Sumber :Instagram Kesultanan Banjar, diambil secara *Screenshoot* Minggu, 13 Juli 2025)

b) Konten Cerita Rakyat yang banyak mendapatkan perhatian, yaitu, "Mariaban" menceritakan tentang hantu yang terdapat dikalangan masyarakat Kalimantan. Hantu mariaban sendiri merupakan sosok gaib yang menjadi objek untuk pesugihan yang dilakukan seseorang.

Gambar *Instagram* @kesultananBanjar_official (Sumber :Instagram Kesultanan Banjar, diambil secara *Screenshoot* Minggu, 13 Juli 2025)

Gambar *Instagram* @kesultananBanjar_official (Sumber :Instagram Kesultanan Banjar, diambil secara *Screenshoot* Minggu, 13 Juli 2025)

Budaya Banjar terkait "Pamali" atau larangan, dalam kebuadayaan Banjar ada larangan pada wanita hamil seperti "*Urang batianan pamali badiri atawa baduduk di muhara lawang, bisa ngalih baranak*" artinya, wanita hamil dilarang duduk atau berdiri di muka pintu, nanti susah melahirkan(Syarah, 2023). Tradisi Baatar jujuran adalah tradisi adat dalam perkawinan di masyarakat Banjar, dilakukan sebelum pernikahan terjadi. Ini melibatkan pemberian uang dari pihak pria kepada pihak wanita, dengan jumlah yang ditentukan oleh

pihak wanita. Jujuran berbeda dengan mahar karena jumlahnya biasanya lebih besar, digunakan untuk biaya resepsi pernikahan dan sebagai modal awal bagi pasangan yang baru menikah(Gusti, 2019).

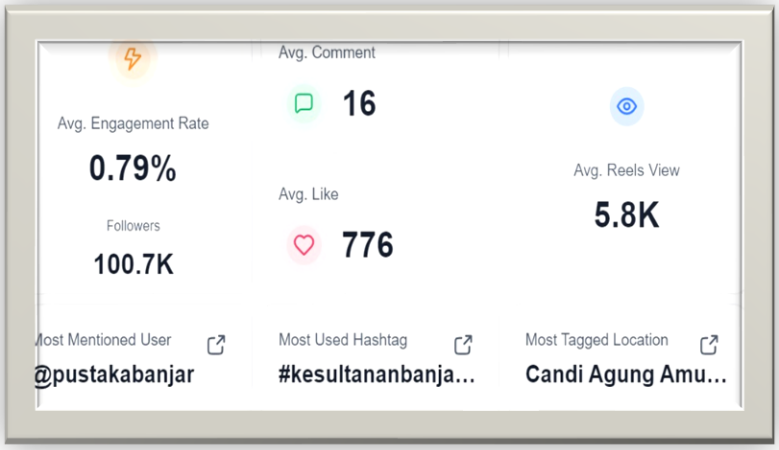
Menurut teori representasi oleh Rettberg, Kesultanan Banjar menggunakan media sosial untuk merepresentasikan dan merevitalisasi identitas budaya mereka dengan cara yang menarik. Mereka selalu menggunakan tagar dalam setiap postingan mereka. Penggunaan tagar ini oleh Kesultanan Banjar dalam media sosial mencerminkan strategi untuk memperluas jangkauan informasi tentang entitas historis dan budaya mereka. Tagar berperan sebagai metadata yang penting dalam platform media sosial, membantu memfasilitasi aksesibilitas konten terkait Kesultanan Banjar bagi pengguna yang mencari informasi spesifik(Fahrezi dkk, 2022). Konsep "*Reading Image Grammar of Visual Design*" yang dikemukakan oleh Gunther Kress dan Theo Van Leeuwen menyediakan kerangka analisis yang mendalam terhadap cara visualitas diatur dalam media untuk menyampaikan makna kepada *audiens* (Kress & Leeuwen, 1996). Diterapkan dalam konteks konten *Instagram* Kesultanan Banjar, ini menggambarkan upaya mereka dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan serta merevitalisasi kebudayaan Banjar. Melalui penggunaan tagar Seperti #KesultananBanjar atau #SejarahBanjar #kesultananBanjar atau #BudayaBanjar, kesultanan dapat menarik perhatian dan partisipasi lebih banyak pengguna dalam diskusi dan penyebaran informasi, mereka berusaha membangun kembali otoritas budaya mereka di platform digital.

Selain sebagai alat untuk mengorganisir konten, penggunaan tagar juga berfungsi sebagai strategi untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi. Hal ini dapat digunakan dalam kampanye promosi atau acara tertentu sehingga konten lebih mudah ditemukan oleh audiens yang tepat di platform media sosial (Dinda & Reni, 2019). Identitas yang dibentuk di media sosial memerlukan pengakuan dari orang lain, yang dilakukan melalui mekanisme berbagi dalam unggahan. Tindakan berbagi ini dapat dikategorikan sebagai performatif, karena memainkan peran penting dalam membentuk logika dan pengalaman pengguna. Melalui tindakan berbagi, pengguna media sosial tidak hanya memperlihatkan diri mereka kepada orang lain, tetapi juga secara tidak langsung membentuk cara mereka ingin dilihat dan dikenal oleh publik (Diana & Wening, 2020).

C. Negosiasi dan Signifikansi Akun Instagram @kesultanan_Banjar dalam Media Digital

Kesultanan Banjar secara strategis menggunakan media sosial, khususnya Instagram, untuk menghadirkan konten yang menarik dan relevan dengan tujuan utama meningkatkan interaksi dan minat dari audiens mereka (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Salah satu pendekatan yang mereka lakukan adalah dengan melakukan kolaborasi dengan akun Pustaka Banjar. Kesultanan Banjar menyadari pentingnya memanfaatkan kolaborasi dengan pihak terkait, seperti Pustaka Banjar, untuk memperluas jangkauan dan keberagaman konten yang mereka sajikan kepada audiens. Dengan berkolaborasi, mereka

dapat menghadirkan informasi yang lebih mendalam dan terperinci mengenai sejarah, budaya, dan nilai-nilai tradisional Banjar. Hal ini membantu Kesultanan Banjar untuk tidak hanya menyampaikan informasi secara lebih komprehensif tetapi juga meningkatkan nilai edukatif dan keilmuan dari konten yang mereka bagikan.



Gambar: *Instagram* (Sumber :Aplikasi SUIVI diambil secara *Screenshoot* Minggu, 13 Juli 2025)

Kesultanan Banjar menggunakan media sosial dengan strategi kolaborasi bersama akun Pustaka Banjar untuk menyajikan konten yang mendalam dan bervariasi kepada audiens. Hal ini tidak hanya memperluas jangkauan pesan mereka tetapi juga mencapai audiens dengan minat khusus dalam sejarah dan budaya Banjar. Kesultanan tidak hanya fokus pada kegiatan internal tetapi juga mengadopsi strategi efektif dalam menarik perhatian lebih luas. Selain itu, dalam penyampaian konten di media sosial, Kesultanan Banjar memanfaatkan prinsip-prinsip desain visual untuk mengemas kisah dan informasi budaya secara menarik dan informatif, sehingga mampu membangkitkan minat dan emosi dari *audiens* mereka. Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah *like* atau *engagement*, tetapi juga untuk mendidik dan membangun kesadaran masyarakat akan warisan budaya Banjar. Dengan memberikan nilai tambah melalui konten yang edukatif dan menginspirasi, kesultanan berusaha untuk memperluas pengaruh mereka dalam mendukung pelestarian dan peningkatan apresiasi terhadap budaya mereka. Dengan demikian, Kesultanan Banjar menggunakan pendekatan yang terencana dan strategis dalam memanfaatkan media sosial untuk mengoptimalkan komunikasi mereka, mempromosikan kebudayaan, serta meningkatkan interaksi dan keterlibatan masyarakat secara efektif.

Gambar *Instagram* (Sumber :Instagram Kesultanan Banjar, diambil secara *Screenshoot* Minggu, 13 Juli 2025)

Postingan diatas, sebagai upaya merepresentasikan serta negoisasi terhadap media sosial dengan menggunakan tagar #kesultananbanjar. Tagar adalah simbol tanda pagar (#) yang digunakan di platform media sosial, khususnya *Instagram*, untuk mengkategorikan dan mengelompokkan konten berdasarkan topik atau tema tertentu. Penggunaan tagar memfasilitasi pengguna dalam menemukan foto atau video yang terkait dengan topik yang sedang dicari atau diminati (Cahyono, 2021). Dengan menyertakan tagar dalam deskripsi atau caption suatu postingan di *Instagram,* pengguna dapat meningkatkan visibilitas konten mereka. Ketika pengguna mengklik atau mencari taga rspesifik, mereka dapat melihat semua postingan yang menggunakan tagar tersebut. Ini memungkinkan pengguna untuk menemukan konten yang relevan dengan minat atau topik tertentu dengan lebih efisien (Agung, 2016).

Selain sebagai alat untuk mengorganisir konten, penggunaan tagar juga berfungsi sebagai strategi untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi. Hal ini dapat digunakan dalam kampanye promosi atau acara tertentu sehingga konten lebih mudah ditemukan oleh audiens yang tepat di platform media sosial (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Meski begitu, identitas yang dibentuk dalam media sosial juga membutuhkan pengakuan dari orang lain. Oleh karena itu, dibutuhkan mekanisme sharing dalam unggahan dalam media sosial. Tindakan ini, pada tingkat tertentu dapat disebut sebagai

tindakan performatif. Aspek performatif dari perilaku berbagi di media sosial ini penting untuk membentuk logika dan pengalaman Melalui tindakan berbagi, pengguna media sosial juga secara tidak langsung membentuk logika dan pengalaman tentang bagaimana mereka ingin dilihat dan dikenal oleh orang lain (Diana & Wening, 2020). Oleh karena itu, Kesultanan Banjar dalam melakukan representasi dan negoisasi menggunakan tagar (#) kesultananbanjar. Agar membentuk jaringan yang luas serta dapat mencari informasi terkait Kesultanan Banjar dengan mudah melalui media sosial.

Simpulan

Kesultanan Banjar dalam menunjukkan kekuasaannya bukan lagi dari segi politik kekuasaan, kebijakan ataupun wilayah sebagai penguasa daerah. Melainkan, menunjukkan konteks praktik kekuasaan budaya melalui media sosial, menggunaantagar #KesultananBanjar dapat menjadi instrumen yang sangat efektif. Kebudayaan yang menjadi simbol otoritas praktik bagimana pengaruh besar yang dimiliki oleh Kesultanan Banjar nyatanya masih dilakukan dan dijalankan oleh masyarakat Banjar. Penggunaan tagar #KesultananBanjar dalam media sosial, seperti *Instagram* tujuan utama untuk mengimplementasikan representasi dan sosialisasi mengenai warisan budaya dan sejarah Kesultanan Banjar kepada khalayak yang lebih luas. Dengan memasukkantagarini dalam postingan, berusaha meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas konten terkait, sehingga memudahkan pencarian dan identifikasi bagi mereka yang berminat dalam topik ini. Selain itu, penggunaantagartersebut juga berfungsi sebagai strategi untuk mengorganisir dan mengkategorikan konten, sehingga memfasilitasi proses pengindeksan dan pencarian yang lebih efisien.

Penyebaran yang sangat membantu dalam memperluas jangkauan audiens potensial dan meningkatkan partisipasi dalam dialog tentang warisan budaya Kesultanan Banjar. Lebih jauh, penggunaantagardalam konteks ini juga memiliki peran penting dalam upaya edukasi publik mengenai sejarah dan nilai-nilai budaya Kesultanan Banjar. Hal ini dapat membantu dalam pemasyarakatkan pengetahuan dan apresiasi terhadap warisan budaya lokal, serta mempromosikan pemahaman yang lebih dalam terhadap identitas budaya daerah. Secara keseluruhan, penggunaantagar#KesultananBanjar bukan hanya sebagai alat untuk meningkatkan eksposur dan interaksi di platform media sosial, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkenalkan, mempromosikan, serta melestarikan nilai-nilai budaya dan sejarah Kesultanan Banjar secara global.

Daftar Pustaka

Alam, Sukma. "Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik." *Avant Garde* 9, no. 1 (2021): 67.

Anshari, Faridhian. "Komunikasi politik di era media sosial." *Jurnal komunikasi* 8, no. 1 (2013): 91–101.

Ardha, Berliani. "Social Media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia." *Jurnal Visi Komunikasi* 13, no. 1 (2014): 105–20.

Asran, Diana Safinda, dan Wening Udasmoro. "Konstruksi Identitas Niqabis melalui Selfie Instagram." *Jurnal Kawistara* 10, no. 2 (2020): 159–71.

Damayanti, Vera. "Identifikasi struktur dan perubahan lanskap Kota Banjarmasin di masa kesultanan (1526-1860)." *Arsitektur Lansekap* 5, no. 2 (2019): 249–59.

Fahrezi, Muhammad Alqi, Abdillah Al Mushauwir, Wildan Nur Rahman, dan Fitroh Fitroh. "Systematic Literature Review: Peran Hashtag dalam Meningkatkan Visibilitas Konten Sosial Media (Studi Kasus: Instagram)." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 21, no. 2 (t.t.): 142–53.

Fahruji, Deden. "Pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik menjelang Pemilu 2024: Studi kasus tentang akun media sosial partai politik dan politisi." *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)* 6, no. 2 (2023): 118–32.

Fiantika, Feny Rita, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Get Press, 2022.

Khatibah, Khatibah. "Penelitian kepustakaan." *Iqra': Jurnal Perpustakaan dan Informasi* 5, no. 01 (2011): 36–39.

Kress, Gunther, dan Theo Van Leeuwen. "The grammar of visual design." *London and New York: Routledge*, 1996.

Muchamad, Bani Noor, dan Naimatul Aufa. "Rekonstruksi tipologi ruang dan bentuk istana Kerajaan Banjar di Kalimantan Selatan." *DIMENSI (Journal of Architecture and Built Environment)* 36, no. 2 (2008): 115–26.

Mujiburrahman, Mujiburrahman, Alfisyah Alfisyah, dan Syadzali Ahmad. "Badingsanak Banjar-Dayak Identitas Agama Dan Ekonomi Etnisitas di Kalimantan Selatan." Center for Religious & Cross-cultural Studies Sekolah Pascasarjana, UGM, 2011. https://idr.uin-antasari.ac.id/16489/1/badingsanak%20banjar%20dayak.pdf.

Mustika, Rieka. "Pergeseran Peran Buzzer Ke Dunia Politik Di Media Sosial." *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi* 2, no. 2 (2019): 144–51.

Muzainah, Gusti. "Baantar jujuran dalam perkawinan adat masyarakat Banjar." *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman* 5, no. 2 (2019): 10–32.

Priyadharma, Andi Achmad, Muhammad Yusuf Ridhani, dan Miftahul Ridhoni. "KARAKTERISTIK KELURAHAN KUIN UTARA, KOTA BANJARMASIN." *Density (Development Engineering of University) Journal* 5, no. 2 (2023): 126–29.

Purbohastuti, Arum Wahyuni. "Efektivitas media sosial sebagai media promosi." *Tirtayasa Ekonomika* 12, no. 2 (2017): 212–31.

Puspitarini, Dinda Sekar, dan Reni Nuraeni. "Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi." *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019): 71–80.

Somantri, Gumilar Rusliwa. "Memahami metode kualitatif." *Makara Human Behavior Studies in Asia* 9, no. 2 (2005): 57–65.

Syakhrani, Abdul Wahab, dan Ahmad Rangga Islami. "Islam di Tanah Banjar." *Cross-border* 5, no. 1 (2022): 792–802.

Veniaty, Syarah. "Pamali pada perempuan hamil di masyarakat Banjar Kalimantan Selatan (kajian antropologi sastra)." *Enggang: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya* 3, no. 2 (2023): 392–412.

Zahara, Tyas Alvionita. "Penerapan Syariat Islam di Kerajaan Banjar." *Jurnal Kewarganegaraan* 7, no. 2 (2023): 2317–31.