

Komunikasi Lintas Budaya Generasi Milenial dalam Melestarikan Budaya Berkebaya

Risya Hasna Masytah*, Kiki Zakiah

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*risyahasma02@gmail.com, kiki.zakiah@unisba.ac.id

Abstract. Kebaya culture is an important part of the cultural identity of a country or region, and understanding the values and meaning behind kebaya can help the millennial generation appreciate and preserve this cultural heritage. To preserve and introduce the culture of wearing kebaya to the community, a community called Wanita Berbaya Indonesia was formed. As a fashion influencer and Indonesian Kebaya Women activist, the owner of the Moja Rasya Instagram account always shares various references regarding her kebaya clothing. This is done as a form of communication to the millennial generation so that the kebaya culture can continue to be preserved. The focus of the research is analyzing cross-cultural communication of the millennial generation in preserving kebaya culture, using descriptive qualitative research methods using an ethnographic approach. To reveal how cross-cultural communication of the millennial generation is in preserving kebaya culture. Based on research results, several followers of the Moja Rasya Instagram account stated that the cross-cultural communication carried out by him with the millennial generation so that the kebaya culture could continue to be preserved had run optimally.

Keywords: *Cross-Cultural Communication, Millennial Generation, Preserving.*

Abstrak. Budaya berkebaya adalah bagian penting dari identitas budaya suatu negara atau daerah, dan pemahaman terhadap nilai-nilai dan makna di balik berkebaya dapat membantu generasi milenial menghargai dan melestarikan warisan budaya tersebut. Untuk melestarikan dan mengenalkan budaya berkebaya kepada masyarakat, dibentuklah sebuah komunitas bernama Perempuan Berkebaya Indonesia. Sebagai seorang fashion influencer dan juga penggiat Perempuan Berkebaya Indonesia, pemilik akun instagram Moja Rasya selalu membagikan berbagai referensi mengenai pakaian berkebaya miliknya. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk komunikasi kepada generasi milenial agar budaya berkebaya dapat terus dilestarikan. Fokus penelitian menganalisis komunikasi lintas budaya generasi milenial dalam melestarikan budaya berkebaya, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan etnografi. Untuk mengungkapkan bagaimana komunikasi lintas budaya generasi milenial dalam melestarikan budaya berkebaya. Berdasarkan hasil penelitian bahwa beberapa pengikut dari akun instagram Moja Rasya, bahwa komunikasi lintas budaya yang dilakukan olehnya terhadap generasi milenial agar budaya berkebaya dapat terus dilestarikan telah berjalan secara optimal.

Kata Kunci: *Komunikasi Lintas Budaya, Generasi Milenial, Melestarikan.*

A. Pendahuluan

Pakaian merupakan kebutuhan esensial manusia yang juga berfungsi sebagai sarana komunikasi efektif dan representasi identitas individu serta sosial dan kultural. Menurut Desmond Morris dalam Barnard yang dikutip oleh Trismaya (1), pakaian adalah ekspresi budaya yang mengungkapkan afiliasi budaya pemakainya, menunjukkan identitas dan budaya suatu negara. Sebagai contoh, kebaya merupakan pakaian adat Indonesia yang mencerminkan budaya dan identitas bangsa. Kebaya adalah pakaian tradisional wanita Indonesia berupa blus atau atasan berlengan panjang dengan bukaan di depan. Model dan bahan kebaya bervariasi, serta panjangnya dapat berbeda-beda, dari sepinggul hingga selutut atau sebetis. Kebaya biasanya dikenakan bersama bawahan berupa sarung atau kain panjang yang dililitkan dari pinggang hingga mata kaki, yang bisa berupa batik, ikat, atau kain tradisional lainnya.

Dilansir dari Anugrah (2), kebaya telah ditetapkan sebagai pakaian nasional dan diatur dalam kebijakan melalui Kepres RI Nomor 18 tahun 1972 serta Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2010 tentang Busana Nasional dalam Keprotokolan. Kebaya diakui secara resmi oleh pemerintah sebagai pakaian nasional yang berasal dari Jawa, Sunda, dan Bali. Di Bali, kebaya masih banyak digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Kebaya tetap dikenal oleh masyarakat Indonesia sebagai busana nasional yang melambangkan budaya bangsa Indonesia dan sering digunakan dalam berbagai acara resmi. Kebaya telah mengalami berbagai transformasi, baik sebagai simbol ideologi nasional, simbol feminitas atau identitas gender, hingga aspek historisnya. Perubahan cara berpakaian masyarakat Indonesia turut mempengaruhi evolusi kebaya, yang awalnya hanya menutup tubuh bagian bawah kemudian menutup seluruh tubuh, dipengaruhi oleh masuknya budaya luar melalui hubungan dagang, penyebaran agama, dan penjajahan

Mengenakan kebaya bagi seorang wanita bukan hanya untuk mengartikulasikan dirinya melalui pakaian, tetapi juga memiliki arti yang luas, mulai dari identitas diri hingga wujud rasa nasionalisme yang tinggi. Eicher (3) mengargumentasikan bahwa pakaian dapat dianggap sebagai bagian dari perilaku masyarakat yang terbentuk dari konteks waktu dan tempat tertentu, dan berfungsi sebagai sarana efektif untuk mengkomunikasikan identitas pribadi serta sosial budaya. Kebaya, sebagai pakaian tradisional, menyimpan banyak cerita yang dapat dijelaskan melalui kostumnya. Para perempuan yang mengenakan kebaya tidak hanya menjadi pembawa budaya tetapi juga menjadi acuan untuk menganalisis transformasi kebaya dari aspek historis ke aspek fungsional terkait konsep identitas.

Maskulinitas dan feminitas sebagai norma umum tercermin dalam cara berpakaian, di mana perempuan diharapkan bersikap feminin dan laki-laki maskulin. Ini juga berlaku dalam busana kebaya, di mana kebaya yang dikenakan Ibu Negara Indonesia mencerminkan kepribadian perempuan Indonesia yang menjunjung nilai kodrat perempuan. Dari awal hingga Orde Baru, kebaya cenderung standar dengan bahan batik, selendang, dan sanggul, namun kini kebaya telah berevolusi dengan gaya modern yang cenderung Barat serta mengadopsi konsep “kebaya muslimah” yang disesuaikan dengan ajaran Islam. Menurut Hall (4), identitas perempuan dalam kebaya ditinjau dari tiga konsep: kebangkitan alami sejak lahir, hubungan sosiologis dengan nilai dan simbol budaya, serta identitas postmodern yang berubah seiring waktu dan konteks. Identitas ini terbentuk melalui ingatan, imajinasi, narasi, dan mistisisme, sehingga lebih merupakan hasil pemikiran seseorang daripada tindakan yang mengungkapkan identitas kepada publik.

Budaya berkebaya adalah bagian penting dari identitas budaya Indonesia, dan pemahaman terhadap nilai-nilainya dapat membantu generasi milenial menghargai dan melestarikan warisan tersebut. Untuk itu, didirikanlah komunitas Perempuan Berkebaya Indonesia (KPBI) yang prihatin dengan minimnya budaya berbusana asli di kalangan perempuan masa kini. KPBI mengekspresikan cinta budaya dengan mengenakan kebaya sehari-hari dan mengadakan berbagai kegiatan seperti diskusi, seminar, dan pameran kain serta kebaya. Komunitas ini telah diliput oleh media seperti Kompas TV dan Indosiar. Moja Rasya, salah satu penggiat KPBI yang lahir di Surabaya pada 16 Desember 2000, aktif mengajak milenial melestarikan budaya berkebaya melalui kegiatan kepanitiaan dan media sosial Instagram (@mojarasya), di mana ia sering mengunggah foto dirinya mengenakan kebaya modern.

Berdasarkan dari penjelasan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan mengambil judul “KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA GENERASI MILENIAL TERHADAP BUDAYA BERKEBAYA” Pemilihan judul ini peneliti pilih karena peneliti ingin mengetahui Komunikasi Lintas Budaya Generasi Milenial Terhadap Budaya Berkebaya lebih mendalam. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui bagaimana Nilai Berkebaya di Kalangan Milenial.
2. Untuk mengetahui bagaimana generasi milenial melihat Moja Rasya dalam berkebaya.
3. Untuk mengetahui bagaimana generasi milenial melakukan aktivitas berkebaya.
4. Untuk mengetahui bagaimana generasi milenial menggunakan simbol simbol dalam berkebaya.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deksriptif pendekatan kualitatif.

Pendekatan penelitian yang dilaksanakan pada penelitian kali ini yaitu menggunakan pendekatan studi etnografi komunikasi. Subjek dalam penelitian ini merupakan 3 followers pada akun instagram Moja Rasya yang merupakan generasi milenial .Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penulis akan menjelaskan bagaimana Moja Rasya menggunakan akun Instagramnya untuk berkomunikasi lintas budaya dengan generasi milenial mengenai budaya berkebaya. Penjelasan ini didasarkan pada hasil observasi partisipatif dan wawancara dengan informan. Bab hasil penelitian ini menguraikan budaya berkebaya dengan menganalisis situasi komunikatif, peristiwa komunikatif, dan tindak komunikatif menurut Hymes. Analisis ini mencakup sikap kognisi, afeksi, dan konasi generasi milenial terhadap upaya Moja Rasya melestarikan budaya berkebaya.

Tujuan utama Moja Rasya adalah agar menumbuhkan kembali sikap generasi milenial terhadap kecintaan pada kebaya serta membantu UMKM yang bergerak dibidang produksi kebaya. Moja Rasya telah berhasil dalam meningkatkan sikap yang dimiliki oleh para pengikut instagram yang merupakan generasi milenial baik informan satu, informan dua dan informan tiga mengatakan bahwa setelah mereka selalu mengikuti konten yang diberikan oleh Moja Rasya, mereka jadi lebih memiliki kesadaran untuk terus ingat kepada budayanya sendiri, yaitu dengan tidak melupakan budaya berkebaya.

Generasi milenial yang merupakan pengikut akun instagram dari Moja Rasya sudah memiliki sikap kognisi yang baik terhadap setiap postingan yang diberikan oleh Moja Rasya terkait dengan kebaya yang ia kenakan. Kerteterikannya dengan kebaya membuatnya ingin mendorong generasi milenial untuk dapat terus melestarikan budaya berkebaya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Nilai Berkebaya di Kalangan Milenial, pada aspek aktivitas komunikasi yang ada pada acara yang diselenggarakan oleh Komunitas Perempuan Berkebaya Indonesia maupun konten yang dibuat oleh Moja Rasya di dalam media sosial Instagram dilakukan dengan bentuk komunikasi secara verbal dan juga secara lisan. Komunikasi secara verbal yaitu komunikasi yang memakai kata-kata baik itu dengan lisan ataupun tulisan dari pemberi pesan pada pihak penerima pesan. Terdapat bentuk komunikatif verbal yang bisa dilihat dalam acara talkshow bagaimana pembawa acara sangat pandai dalam membawakan acara untuk peningkatan sikap generasi milenial terhadap budaya berkebaya. Sedangkan komunikasi secara lisan, dilakukan secara online ketika Komunitas Perempuan Berkebaya Indonesia membuat sebuah konten pada akun instagramnya.

2. Generasi milenial melihat Moja Rasya dalam berkebaya berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa informan dapat disimpulkan bahwa, komunikasi yang dilakukan Moja Rasya memberikan dampak positif dimana para pengikutnya merasa bahwa mereka sangat tertarik dengan Style kebaya yang dikenakan oleh Moja Rasya. Hal itulah yang menyebabkan informan dalam penelitian ini memutuskan untuk mengikuti akun instagram Moja Rasya dan menjadikannya sebagai referensi
3. Generasi milenial melakukan aktivitas berkebaya berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa informan dapat disimpulkan bahwa, tanggapan yang diberikan oleh pengikut selalu baik. Berdasarkan dari hasil wawancara, diketahui bahwa baik informan pendukung 1, informan pendukung2, dan informan pendukung 3 selalu membeli kebaya yang direferensikan oleh akun instagram Moja Rasya karena menurutnya referensi-referensi atau informasi yang diberikan oleh akun instagram Moja Rasya sangat membantunya dalam menentukan kebaya yang akan dikenakan, sehingga informan terbantu dengan unggahan-unggahan pada akun instagram Moja Rasya mengenai referensi style kebaya modern.
4. Generasi milenial menggunakan simbol simbol dalam berkebaya berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa informan dapat disimpulkan bahwa, komunikasi yang dilakukan oleh Moja Rasya melalui akun instagramnya memberikan dampak yang baik bagi pelestarian kebaya pada dimiliki oleh generasi milenial yang merupakan pengikut akun instagram Moja Rasya dimana, baik informan pendukung 1, informan pendukung 2, dan informan pendukung 3 bahwa setelah mereka selalu mengikuti konten yang diberikan oleh Moja Rasya, mereka jadi lebih memiliki kesadaran untuk terus ingat kepada budayanya sendiri, yaitu dengan tidak melupakan budaya berkebaya.

Acknowledge

Dengan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada orang tua, sahabat dan kerabat dengan dukungan juga motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini.

Mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing Dr. Kiki Zakiah, Dra., M.Si. telah membantu dan memberi dukungan dalam proses penyelesaian peneliti.

Mengucapkan terimakasih seluruh narasumber Mojarasya beserta followers dari Mojarasya tersebut karena sudah membantu dalam penyelesaian peneliti.

Mengucapkan kepada seluruh dosen beserta staf pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung telah memberikan ilmu yang berguna.

Daftar Pustaka

- [1] Trismaya, N. (2018). *KEBAYA DAN PEREMPUAN: SEBUAH NARASI TENTANG IDENTITAS*. JSRW (Jurnal Senirupa Warna), 6(2)Djaslim S. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya; 2003.
- [2] Anugrah, D. (2022). *Kebaya Produk Budaya Nusantara*. Berita Magelang. <http://beritamagelang.id/kolom/kebaya-produk-budaya-nusantara>.
- [3] Eicher, J. B. (2000). *Anthropology of dress*. University Of Minnesota Twin Cities, 27
- [4] Hall, S. (1994). *Questions of Cultural Identity*. Lawrence & Wishart.
- [5] T. P. Dzahabiyah, T. Nur, and A. Noviar, "Beauty Standard dalam Komunitas : Sudut Pandang Remaja Berniqab dalam Memandang Body Goals," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 23–30, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3761.
- [6] M. R. A. Siregar, A. S. Salsabila, S. H. Mutmainah, and K. W. Inzaghi, "Memahami Perilaku Generasi Z di Kedai Kopi Bogor Timur," *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 1–6, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i1.1720.
- [7] N. Z. Darajat and N. Yulianti, "Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Gerakan Aksi Kemanusiaan dan Pendidikan," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 65–70, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3898.