

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya merupakan salah satu unsur penting yang membentuk identitas suatu bangsa. Kebaya menjadi salah satu busana tradisional Indonesia yang memiliki sejarah panjang dan kaya makna. Sejak masa kolonial, kebaya dipakai perempuan Jawa, Sunda, Bali, hingga Betawi sebagai pakaian sehari - hari (Kartiwa, 1985). Busana ini tidak hanya berfungsi sebagai penutup tubuh, tetapi juga simbol status sosial, identitas kultural, serta representasi nilai kesopanan dan keanggunan perempuan Nusantara (Soedarsono, 2003).

Kebaya semakin menguat melalui berbagai upaya pelestarian, termasuk pengajuan untuk ditetapkan sebagai Warisan Budaya Tak Benda (WBTB) UNESCO. Upaya ini menunjukkan kesadaran kolektif akan pentingnya melindungi nilai-nilai budaya dari kepunahan di tengah modernisasi. Namun, upaya pelestarian ini tidaklah tanpa tantangan, terutama dalam konteks penerimaan oleh generasi penerus.

Kebaya juga memiliki keterkaitan erat dengan tokoh – tokoh nasional, terutama Raden Ajeng Kartini, yang menjadikan kebaya simbol emansipasi perempuan Indonesia. Oleh karena itu, kebaya tidak hanya dipandang sebagai busana tradisional, tetapi juga simbol perjuangan, kesetaraan dan nasionalisme (Nita Trismaya, 2018). Identitas kebangsaan yang melekat pada kebaya menjadikan kebaya lebih dari sekedar pakaian biasa.

Perkembangan zaman membawa tantangan bagi kelestarian kebaya. Arus globalisasi, modernisasi, dan penetrasi budaya populer global membuat generasi muda lebih akrab dengan mode internasional dibandingkan dengan busana tradisional. Rakhmat (2018) menegaskan bahwa media dan komunikasi massa berperan besar dalam membentuk persepsi khalayak. Akibatnya, kebaya kerap dianggap kuno, ribet, atau hanya pantas digunakan dalam acara formal seperti wisuda, pernikahan, dan upacara adat. Pandangan tersebut membuat

fungsi kebaya sebagai identitas kultural semakin terpinggirkan, terutama di kalangan gen - Z.

Kain tradisional, kini menghadapi tantangan pelestarian akibat pengaruh globalisasi dan dominasi budaya asing, terutama dalam dunia fashion. Hal ini dilihat dari gaya busana anak muda yang cenderung menganut model budaya Barat, Eropa, dan Asia khususnya Jepang dan Korea. Hadirnya kebaya kontemporer membuat kebaya terasa ringan, stylish, dan tidak kaku tanpa menghilangkan esensi keanggunan kebaya itu sendiri. adaptasi ini menjadikan kebaya bukan hanya untuk busana formal, tetapi juga sebagai sarana ekspresi diri yang fashionable dan relevan dengan tren kini

Perkembangan media sosial, khususnya tiktok, telah membentuk arena baru bagi generasi muda, khususnya generasi z, untuk membangun dan menegosiasi identitas diri mereka. *Platform* digital tiktok memungkinkan individu untuk mendefinisikan ulang batas batas fashion dan gaya hidup, dimana tren mode global berinteraksi langsung dengan wajah budaya lokal (Abidin, 2020). Hal ini membuka peluang bagi revitalisasi busana tradisional, termasuk kebaya.

Perubahan makna dan fungsi kebaya ini tidak dapat dilepaskan dari pengaruh media dan perkembangan teknologi komunikasi. Media sosial khususnya TikTok, menjadi ruang baru bagi idividu untuk mengekspresikan identitas, nilai, dan gaya hidup melalui visual dan audio. TikTok tidak hanya berperan sebagai hiburan, tetapi juga menjadi ruang representasi budaya dan komunikasi simbolik. Dalam ruang ini, fashion menjadi bentuk komunikasi nonverbal yang kuat dimana pakaian bukan sekedar pelindung tubuh, tetapi juga sarana penyampaian pesan dan pembentukan citra diri.

Media sosial Tiktok dipilih dalam penelitian ini karena memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda dibandingkan platform media sosial lainnya. TikTok mengedepankan komunikasi audio visual melalui video berdurasi singkat yang dipadukan dengan musik, teks, efek visual, serta fitur *For Your Page* (FYP) yang memungkinkan penyebaran konten secara cepat kepada pengguna sesuai minatnya. Karakteristik tersebut menjadikan TikTok

tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang komunikasi digital yang efektif dalam membentuk opini, menyebarkan simbol budaya, serta membangun representasi suatu fenomena di masyarakat. Melalui sistem algoritma yang dimiliki, konten budaya seperti kebaya dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memperoleh berbagai bentuk tanggapan dari pengguna sehingga proses pembentukan makna berlangsung secara interaktif.

Di tengah dinamika ini, muncul fenomena kreator konten alifiah hidayati dengan akun TikTok @rumroijen atau yang akrab dikenal sebagai mbak yu berkebaya. Influencer ini secara konsisten menampilkan dirinya dalam balutan kebaya di berbagai kegiatan non – formal, seperti menghadiri perkuliahan, traveling, bahkan sekedar nongkrong di kafe, kontennya menunjukkan upaya sadar untuk memposisikan kebaya sebagai pakaian sehari – hari atau kasual.

Akun Mbak Yu Berkebaya memanfaatkan strategi konten yang dekat dengan keseharian audiens untuk membangun citra kebaya sebagai busana yang tetap relevan di era modern. Melalui *storytelling* yang ringan dan menghibur, kebaya tidak hanya ditampilkan sebagai pakaian tradisional yang sakral, melainkan juga sebagai gaya berpakaian yang dapat dipakai dalam aktivitas sehari-hari.

Selain itu, penggunaan visual estetik dengan sentuhan modern, bahasa komunikatif, serta interaksi aktif dengan pengikut menjadi bagian dari strategi dalam menjaga keterikatan audiens. Strategi ini menunjukkan bahwa kebaya dapat diposisikan bukan hanya sebagai simbol budaya masa lalu, tetapi juga sebagai bagian dari tren gaya hidup generasi muda di media sosial (Anastasya Selly Harjanto Putri et al., 2024).

Pemilihan akun TikTok Mbak Yu Bekebaya didasari oleh beberapa pertimbangan pertama, menurut data, akun @rumroijen sudah memiliki ±178,8 pengikut dengan suka 32,5 juta, menunjukkan bahwa kontennya memiliki jangkauan yang signifikan di kalangan generasi muda. Kedua, penelitian awal menunjukkan bahwa akun ini “*successfully increased interest in kebaya clothing*” di kalangan Gen Z melalui platform TikTok (ResearchGate, 2025).

Ketiga, screenshot konten yang diambil menunjukkan konsistensi pemakaian kebaya dalam konten yang menampilkan keseharian, yang mengindikasikan bahwa kebaya tidak hanya hadir sebagai busana formal, melainkan sebagai gaya hidup kasual yang komunikatif. Selain digunakan sebagai gaya hidup, Mbak Yu menghadirkan kebaya dalam berbagai aktivitas sehari – hari, seperti berjalan – jalan, menggunakan transportasi umum, berbelanja di pasar, hingga berkegiatan di ruang public modern. Dengan demikian, konsistensi menjadikan konten ini sangat relevan sebagai objek analisis untuk memahami proses representasi kebaya kasual di media sosial dan komunikasi identitas perempuan Indonesia di era digital

Selain memiliki akun TikTok, kreator juga memiliki akun instagram sebagai media sosial pendukung. Namun, berdasarkan hasil observasi peneliti, aktivitas unggahan mengenai kebaya pada instagram tidak dilakukan secara intensif dibandingkan TikTok, Konten yang berkaitan dengan kebaya lebih banyak diproduksi dan memperoleh interaksi yang tinggi melalui TikTok. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan objek penelitian pada akun TikTok @rumroijen karena platform tersebut lebih merepresentasikan aktivitas komunikasi kreator dalam membangun makna kebaya kepada audiens.



gambar 1. 1 Konten @rumroijen



gambar 1. 2Komentar Konten

Sebagai bukti, screenshot hasil unggahan @rumroijen pada tanggal 24 September 2025 memperlihatkan penggunaan kebaya kasual yang menerima

18.2 ribu *viewers*, 6.864 *likes* dan 80 komentar, menunjukkan keterlibatan audiens muda terhadap representasi kebaya dalam konteks media sosial

Kebaya seringkali direpresentasikan sebagai simbol femininitas, kelembutan, dan kesopanan perempuan Indonesia. Dalam konstruksi budaya, busana ini tidak hanya menjadi identitas kultural, tetapi juga instrumen yang membentuk citra ideal perempuan sesuai norma sosial yang berlaku. Namun, di era media sosial, representasi perempuan berkebaya mulai bergeser.

Kebaya kini tidak hanya dipandang sebagai pakaian tradisional yang kaku, tetapi juga sebagai medium ekspresi diri yang dapat menampilkan sisi modern, mandiri, dan progresif dari perempuan. Fenomena ini menunjukkan adanya negosiasi identitas: perempuan berkebaya dapat tampil anggun sekaligus kontemporer, sehingga melampaui batasan *stereotip gender* yang sebelumnya dilekatkan pada kebaya (Putri & Lestari, 2022; Sunaryo, 2019).

Fenomena ini menciptakan kontradiksi representasi yang menarik untuk dikaji. Mbak Yu Berkebaya secara visual memadukan historis bersifat formal dengan elemen mode kontemporer, seperti sneakers, tas ransel modern, atau *setting* perkotaan yang santai. Kontradiksi ini secara langsung mengintervensi makna konvensional kebaya, menyarankan pembacaan baru bahwa kebaya adalah busana yang fleksibel dan *staylish*.

Intervensi ini tidak hanya berfungsi personal, melainkan menghasilkan diskusi di ruang publik digital. Reaksi audiens TikTok menunjukkan adanya proses negosiasi budaya, di mana sebagian audiens merasa terinspirasi dan bangga, sementara yang lain mungkin mempertanyakan kesesuaian dan kepantasan penggunaan kebaya di luar konteks formal (Abidin, 2021). Hal ini membuktikan bahwa konten tersebut telah berhasil menantang kode – kode visual yang selama ini mengikat identitas kebaya.

Konsep komunikasi fashion juga digunakan untuk memperkuat pemahaman terhadap kebaya sebagai bentuk komunikasi nonverbal. Dalam perspektif komunikasi fashion, pakaian bukan hanya sekedar pelindung tubuh atau simbol status sosial, melainkan juga medium untuk menyampaikan pesan

tentang identitas, nilai, dan kepribadian seseorang. Melalui kebaya, Mbak Yu Berkebaya menyampaikan citra diri dan identitas budaya yang ia tampilkan kepada khalayak TikTok. Kombinasi antara elemen tradisional dan gaya presentasi modern menjadikan kebaya sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam menjembatani nilai – nilai tradisi dan kebutuhan ekspresi diri di era digital.

Untuk memahami secara komprehensif kontradiksi ini, penelitian ini perlu dianalisis menggunakan semiotika (Roland Barthes) untuk membedah bagaimana representasi baru kebaya tersebut dibangun secara visual dan naratif, analisis semiotika (Roland Barthes) menjadi metode yang esensial. Semiotika akan digunakan untuk mengurai tanda – tanda dan mitos mitos baru yang dilekatkan pada kebaya dalam konten Mbak Yu Berkebaya, seperti bagaimana padu padan kebaya dan sneakers menciptakan mitos “nasionalisme kasual” yang relevan bagi Gen Z.

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes karena pendekatan ini mampu mengungkap makna yang terkandung di balik tanda – tanda dalam suatu media melalui tiga tahap pemaknaan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Pendekatan ini di pilih karena sesuai dengan tujuan penelitian untuk menganalisis representasi kebaya pada konten TikTok @rumrijen yang tidak hanya menampilkan unsur visual, tetapi juga simbol, narasi, musik, dan interaksi audiens dalam membangun makna. Melalui analisis tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana kebaya direpresentasikan sebagai identitas budaya perempuan Indonesia, dimaknai sebagai bagian dari fashion modern, serta dikonstruksi sebagai simbol budaya yang tetap relevan di era digital.

Teori Fashion Sebagai Komunikasi (Malcolm Barnard) juga memberikan prespektif yng kuat tentang busana sebagai tanda dan bentuk komunikasi sosial, karena fashion tidak hanya berfungsi untuk melindungi tubuh atau memperindah penampilan, tetapi juga menyampaikan pesan, identitas, status sosial, nilai dan ideologi pemakainya.

Konten yang dibuat cenderung sederhana, natural, dan menggambarkan aktivitas keseharian yang mudah dipahami oleh audiens. Hal ini membuat kebaya tampil sebagai busana yang relevan dengan kehidupan generasi masa kini, khususnya di tengah perkembangan media sosial yang didominasi oleh konten visual dan gaya hidup modern. Dengan demikian, konten yang ditampilkan oleh Mbak Yu Berkebaya tidak hanya memperlihatkan penggunaan kebaya sebagai busana, tetapi juga menghadirkan makna budaya serta identitas perempuan Indonesia yang disampaikan melalui media digital.

Cara Mbak Yu Berkebaya memadukan kebaya dengan elemen kasual (jeans, sneakers, pemilihan warna) adalah bentuk strategi komunikasi budaya yang menyampaikan pesan bahwa kebaya bisa fleksibel, modern, dan relevan dengan gaya hidup masa kini. Keunikan tersebut menjadikan akun Mbak Yu Berkebaya menarik untuk diteliti, karena kontennya menunjukkan bagaimana kebaya direpresentasikan kembali dalam konteks budaya populer dan media sosial. Melalui pendekatan ini, kebaya tidak hanya dipahami sebagai simbol tradisi, tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya yang dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman.

Pada perspektif Ilmu Komunikasi, konten yang diunggah melalui media sosial merupakan bagian dari proses komunikasi. Akun @rumroijen berperan sebagai komunikator yang menyampaikan pesan mengenai penggunaan kebaya melalui berbagai unsur komunikasi, seperti visual, narasi, caption, musik, dan simbol – simbol fashion. Pesan tersebut disampaikan melalui media TikTok kepada audiens sebagai komunikan, kemudian memperoleh umpan balik berupa komentar, *like*, dan *share*. Interaksi tersebut menunjukkan bahwa representasi kebaya tidak hanya dibentuk oleh kreator, tetapi juga dikonstruksi melalui proses komunikasi yang melibatkan audiens dalam ruang digital. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memandang kebaya sebagai objek fashion, tetapi juga sebagai pesan komunikasi budaya yang dibangun, disampaikan, dan dimaknai melalui media sosial.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kebaya mengalami dinamika makna dan fungsi seiring perkembangan zaman, penelitian Transformasi

Desain Kebaya Bali: Menelusuri Perkembangan dari Tradisional hingga Kontemporer (Ayu, 2025) menjelaskan bahwa kebaya tidak lagi sekedar busana adat, melainkan telah beradaptasi dengan selera estetika dan kebutuhan sosial modern. Perubahan tersebut tampak dari penggunaan bahan, model, hingga cara pemakaiannya yang disesuaikan dengan konteks kontemporer, sementara itu (Rahmat Sewa Suraya, Komang Wahyu Rustiani, 2023) dalam penelitian yang berjudul Kebaya dan Budaya Populer: Pembentukan Identitas Ideologis Perempuan Modis oleh Kapitalis menemukan bahwa kebaya kini telah menjadi bagian dari budaya populer yang dikonstruksi oleh ideologi kapitalisme. Melalui representasi di media massa dan industri fashion, kebaya bertransformasi menjadi simbol gaya hidup dan alat pembentukan citra perempuan modern yang *fashionable*

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi para aktivis budaya, *brand fashion* lokal, dan *content creator* mengenai strategi komunikasi yang efektif dalam memperkenalkan serta mempopulerkan busana tradisional, khususnya kebaya, di platform digital seperti TikTok. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merancang konten yang *persuasive*, kreatif, dan relevan bagi generasi muda, sehingga nilai – nilai budaya lokal dapat terus hidup dan beradaptasi dengan perkembangan media modern.

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, terutama dalam bidang Semiotika Komunikasi Budaya dan Studi Media Sosial. Penelitian ini menambah literatur mengenai bagaimana *platform* digital merenjadi arena negosiasi makna, di mana simbol budaya seperti kebaya mengalami proses adaptasi dan yang memfasilitasi adaptasi dan reinterpretasi dari konteks tradisional menuju konteks kontemporer.

Penelitian ini memandang TikTok sebagai ruang komunikasi budaya yang tidak hanya menyebarkan informasi mengenai kebaya, tetapi juga membentuk representasi dan konstruksi makna baru melalui interaksi antara kreator dan audiens. Oleh karena itu, penelitian mengenai representasi kebaya

pada akun TikTok @rumroijen menjadi penting untuk mengetahui bagaimana kebaya dikomunikasikan sebagai identitas budaya perempuan Indonesia di era digital.

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana akun Mbak Yu Berkebaya merepresentasikan identitas kebaya kasual melalui komunikasi fashion dengan menggunakan tanda-tanda Semiotika Roland Barthes dalam konten TikTok.

Dengan demikian, fenomena Mbak Yu Berkebaya di TikTok tidak hanya dipadang sebagai sekadar tren *fashion* semata, melainkan sebuah studi kasus yang kaya akan makna budaya dan komunikasi visual. *Influencer* ini berperan sebagai jembatan antara tradisi dan modernitas, menghubungkan nilai-nilai budaya masa lalu dinamika gaya hidup digital masa kini, serta menunjukkan bagaimana kebaya dapat tetap relevan dalam ranah media sosial yang cepat berubah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan konteks, problematika, dan urgensi penelitian di latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang akan dijawab dalam skripsi ini adalah :

1. Bagaimana akun TikTok Mbak Yu Berkebaya merepresentasikan kebaya kasual sebagai identitas budaya perempuan Indonesia melalui konten media sosial, serta
2. Bagaimana makna kebaya kasual dibangun melalui tanda – tanda visual dan naratif dalam perspektif semiotika Roland Barthes dan komunikasi Fashion

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana Mbak Yu Berkebaya merepresentasikan identitas kebaya kasual melalui komunikasi fashion dengan menggunakan tanda – tanda semiotika Roland Barthes. Dengan tujuan tersebut, penelitian ini berupaya mengungkap makna – makna denotatif, konotatif, dan mitologis dari representasi kebaya kasual dalam konten Mbak Yu Bekebaya, serta memahami

bagaimana kebaya dikonstruksi sebagai bentuk komunikasi visual di era digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan bagi aktivis budaya, desainer budaya, brand fashion lokal, serta content creator dalam merancang strategi komunikasi yang efektif dan kreatif untuk mempopulerkan busana tradisional di ruang digital. Temuan ini dapat menjadi paduan dalam mengembangkan konten yang relevan, inspiratif, dan persuasif bagi generasi muda, sehingga pelestarian budaya dapat berjalan seiring dengan tren modernitas dan teknologi.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi budaya dan semiotika, khususnya dalam memahami dinamika representasi simbol budaya di media sosial. Penelitian ini menambah literatur tentang bagaimana media digital berfungsi sebagai arena negosiasi makna, tempat simbol budaya seperti kebaya mengalami proses adaptasi, *reinterpretasi*, dan *modernisasi* sesuai konteks zaman.