

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semakin berkembangnya zaman, industri kreatif juga semakin berkembang dan semakin beragam. Salah satu sektor dalam industri kreatif yang mengalami perkembangan adalah sektor *fashion*. *Fashion* menjadi salah satu sektor yang sangat digandrungi oleh seluruh lapisan masyarakat di dunia, termasuk di Indonesia sendiri. *Fashion* menjadi sektor yang selalu diperhatikan dan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan masyarakat. *Fashion* menjadi perhatian setiap masyarakat karena dalam menjalani kegiatan kesehariannya seseorang akan berpakaian atau berbusana, sehingga—baik dirinya sendiri maupun orang lain—akan memperhatikan bagaimana penampilan dan gaya berpakaianya.

Modernitas membuka banyak pintu dalam berbagai macam sektor dan *fashion* menjadi salah satunya. Hal tersebut dijadikan sebagai kesempatan bagi orang Indonesia untuk melihat dan berkaca bagaimana penampilan *fashion* dari negara lain dan tidak sedikit orang yang menjadikan *fashion* dari negara lain sebagai inspirasi dalam berbusana di Indonesia. Modernitas dan *fashion* menjadi dua hal yang berjalan secara beriringan yang membuat seorang individu mencoba untuk terus menerus mencari dan menunjukkan identitasnya melalui cara mereka berpakaian (Lestari, 2014). Berkembangnya *fashion* di Indonesia, dapat mempengaruhi selera anak muda Indonesia dalam memilih busana yang akan digunakan. Saat ini banyak anak muda yang memilih busana yang ke-barat-an atau ke-korea-an, mulai dari model, bahan dan motif dari busana tersebut. Para anak muda ini tidak ingin tertinggal zaman.

Hal ini berpengaruh terhadap busana lokal Indonesia yaitu kain tradisional Nusantara. Saat ini, penggunaan kain tradisional sudah sangat jarang. Hamdani (2019) dalam Damara & Beda (2022) menyebutkan jika Komunitas Tekstil Tradisional Indonesia (KTTI) memberikan pernyataan jika industri kain tenun tradisional mengalami kondisi yang tidak baik dan memprihatinkan karena sedikitnya minat beli masyarakat Indonesia terhadap kain tradisional yang pada akhirnya menyebabkan

banyak pelaku industri kain tradisional gulung tikar. Hal ini dibuktikan juga dengan kurangnya perhatian dan pengetahuan mengenai kain tradisional dikalangan anak muda Indonesia. Dilansir dari Kompas.id (2019), Samuel Wattimena yang dikenal sebagai salah satu perancang mode Indonesia mengatakan jika saat ini generasi muda Indonesia kurang mengetahui wastra nusantara atau—yang biasa disebut sebagai kain nusantara—dibandingkan dengan produk *fashion* dari negara luar yang hampir ada di seluruh pusat perbelanjaan.

Selain itu, CNN Indonesia melakukan survei melalui media sosial Twitter (@CNNIndonesia) dengan tema mengenai kebaya. Pada survei tersebut CNN Indonesia menanyakan alasan mengapa masyarakat tidak ingin menggunakan kebaya yang kita tahu jika kebaya adalah salah satu pakaian nasional para perempuan di Indonesia. Hasil yang didapatkan melalui survei yang diikuti 257 responden tersebut menunjukkan jika 78% responden memilih alasan ribet atau tidak praktis. Salah satu responden mengatakan jika Ia memilih untuk menggunakan pakaian kaos dibandingkan kebaya karena kaos memiliki bahan yang lebih sejuk (CNN Indonesia, 2019).



Gambar 1.1 Hasil Survei Alasan Tidak Mau Memakai Kebaya Setiap Hari
Sumber: Twitter @CNNIndonesia (2019)

Kurangnya informasi dan pengetahuan mengenai kain tradisional atau kain nusantara, dapat diatasi dengan mengkomunikasikannya melalui kampanye. Kampanye dengan menggunakan tema kain tradisional sudah pernah dilakukan oleh beberapa komunitas yang memiliki tujuan untuk mengajak masyarakat Indonesia, khususnya anak muda Indonesia untuk bersama-sama melestarikan kembali kain tradisional Indonesia.

UNESCO menjadi salah satu organisasi yang berusaha untuk melestarikan kembali kain tradisional dengan membuat masker kain dari bahan kain batik. Pandemi Covid-19 memberikan dampak buruk pada seluruh sektor, salah satunya sektor budaya dan kreatif. Banyak tempat dan kegiatan wisata yang harus ditutup atau dibatasi untuk mencegah penyebaran virus Covid-19. Hal tersebut pada akhirnya berdampak kepada pengusaha kecil dan penjual kecil yang memanfaatkan tempat dan kegiatan wisata sebagai mata pencaharian sehari-hari mereka. Oleh karena itu, UNESCO Jakarta mulai tahun 2020 mengajak kurang lebih 400 wirausaha dari berbagai macam daerah untuk mengikuti pelatihan bisnis secara virtual. Pada pelatihan tersebut, salah satu kegiatan yang dilakukan adalah kegiatan Kampanye Pakai Masker Kain Tradisional, dengan tujuan untuk mengajak dan mendukung para wirausaha muda dari sektor busana dan tenun kain tradisional untuk kembali bangkit. Selain itu, kampanye ini dilakukan oleh UNESCO untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai budaya dan sejarah mengenai kain tradisional Indonesia kepada para wirausaha muda. Gerakan ini dilakukan oleh UNESCO bersama Citi Foundation dalam proyek “*Creative Youth at Indonesia Heritage Site*”, dalam meningkatkan keterampilan, kreativitas dan kemampuan berbisnis seraya mempromosikan dan melestarikan kembali seni budaya Indonesia seperti kain tradisional (Harian Jogja, 2020).

Swara Gembira menjadi komunitas anak muda Indonesia yang juga melihat bagaimana seni budaya Indonesia yang kurang diperhatikan oleh masyarakat Indonesia itu sendiri. Hadirnya Swara Gembira pada tahun 2017, membawa misi dalam menyuarakan informasi dan pengetahuan mengenai seni budaya Indonesia dikalangan masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda Indonesia. Swara Gembira juga memiliki tujuan untuk meningkatkan gelora generasi muda Indonesia dalam membanjiri gaya hidup sehari-hari mereka dengan seni budaya Indonesia.

Sejak 2017 hingga sekarang sudah berbagai macam cara yang dilakukan oleh Swara Gembira dalam menyuarakan visi dan misi mereka. Beberapa kali Swara Gembira melakukan pertunjukan, pagelaran dan kolaborasi dengan pihak lain mengenai seni budaya Indonesia. Melalui

website pribadi milik Swara Gembira terdapat beberapa pagelaran yang sudah dilaksanakan, seperti pagelaran musikal Bidadari Bidadara yang dilaksanakan di Taman Air Mancur Plaza Senayan dalam merayakan kemerdekaan Indonesia dengan menggunakan koleksi busana, lagu dan tari nusantara yang otentik.

Selain kegiatan tersebut, Swara Gembira juga melakukan kampanye Berkain Gembira dalam mengajak anak muda Indonesia untuk ikut menggunakan kain nusantara sebagai busana ketika melakukan kegiatan sehari-hari. Swara Gembira tidak ingin kain nusantara dipakai saat acara tertentu, tetapi kain nusantara dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari masyarakat Indonesia. Hal ini juga disampaikan oleh Rahmi Hidayati, salah satu pegiat Komunitas Perempuan Berkebaya Indonesia, jika bahan dari kebaya sudah tersedia dengan bahan yang lebih sejuk dan kain yang dapat diikat dengan berbagai macam model yang lebih modern sehingga busana tersebut dapat digunakan dengan nyaman saat melakukan aktivitas sehari-hari di era modern ini (Kompas.id, 2019).

Kampanye Berkain Gembira yang dipakai Swara Gembira ingin menyampaikan pesan kepada generasi Z Indonesia jika dalam berbusana, anak muda Indonesia dapat menggunakan kain nusantara sebagai salah satu pilihan busana. Penggunaan kain nusantara secara berkala ini diharapkan dan mempopulerkan kembali eksistensi kain tradisional Indonesia terlebih dalam lingkungan generasi muda Indonesia saat ini yang kurang memiliki minat terhadap seni budaya Indonesia, seperti kain tradisional.

Kampanye Berkain Gembira juga ingin memberikan pesan jika kain tradisional tidak hanya digunakan pada saat tertentu seperti dalam acara formal, akan tetapi dapat digunakan dalam kegiatan dan aktivitas sehari-hari yang informal, seperti saat berkumpul dengan teman di luar rumah dan kegiatan lainnya. Bersama dengan beberapa *public figure*, Swara Gembira mengharapkan pesan dari kampanye ini dapat tersebar luas ke seluruh penjuru Indonesia.

Swara Gembira memilih cara ini agar nantinya kampanye Berkain Gembira dapat selalu dikembangkan sehingga tidak akan berhenti begitu saja akan tetapi dapat terus menerus mengikuti perkembangan zaman dan menarik setiap anak muda Indonesia dari zaman ke zaman.



Gambar 1.2 Contoh Kampanye Berkain Gembira Bersama *Public Figure*
Sumber: Instagram @remajanusantara (2021)

Selain berkolaborasi dengan *public figure* kampanye ini menunjukkan contoh dari penggunaan kain tradisional yang cocok dengan anak muda saat ini. Hal ini dilakukan agar audiens dari kampanye ini memiliki bukti nyata untuk nantinya mereka dapat ikut terlibat dalam kampanye ini. Contoh dari kain tradisional juga diberikan melalui kampanye ini dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada anak muda Indonesia saat ini bahwa banyak jenis kain tradisional yang cocok dengan anak muda saat ini. Hal ini dilakukan karena persepsi masyarakat pada kain tradisional adalah busana yang kuno dan tidak menarik. Maka melalui kampanye ini, persepsi negatif terhadap kain tradisional ingin digantikan dengan persepsi positif.



Gambar 1.3 Unggahan Mengenai Ragam Batik Peranakan
Sumber: Instagram @remajanusantara (2023)

Melalui media sosial Instagram @remajanusantara_ cerita dari para pencinta wastara Nusantara diunggah untuk menginspirasi para anak muda, bagaimana mereka cinta dan memiliki ketertarikan dengan wastara Nusantara. Mereka menceritakan awal mereka memiliki ketertarikan terhadap seni budaya Indonesia, pengaruh apa yang terjadi terhadap diri mereka setelah mulai mendalami seni budaya Indonesia dan cerita lainnya yang disampaikan melalui video wawancara. Hal ini dilakukan untuk menginspirasi anak muda Indonesia. Dengan menggunakan tokoh inspiratif yang masih mudah diharapkan cerita yang diberikan dapat tersampaikan dengan mudah karena sesama anak muda ikatan antara satu dengan yang lain akan terasa lebih akrab dan lebih dekat.



Gambar 1.4 Unggahan Kisah Pencinta Wastara @hagaipakan
 Sumber: Instagram @remajanusantara (2023)



Gambar 1.5 Unggahan Kisah Pencinta Wastara @vonywong
 Sumber: Instagram @remajanusantara (2023)

Tujuan kampanye yang dilakukan oleh Swara Gembira dalam mempengaruhi sikap anak muda Indonesia untuk ikut serta dalam pelestarian kain tradisional Indonesia, tidak hanya sebagai proyek sementara. Swara Gembira sebagai komunitas melalui instagram @remajanusantara_ yang memiliki 37.8k pengikut di media sosial, memiliki harapan jika kampanye ini dapat terus berlangsung untuk jangka waktu yang lama, bahkan menjadi proyek tetap yang mendukung setiap

kegiatan dalam melestarikan kain tradisional. Sehingga, anak muda Indonesia yang akan datang dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai kain tradisional Indonesia.

Pemilihan kalimat dalam kampanye ini juga menunjukkan ajakan dari Swara Gembira, agar secara bersama-sama anak muda Indonesia dapat mempopulerkan kembali berbagai macam kain tradisional Indonesia. Swara Gembira melalui kampanye Berkain Gembira ingin menyadarkan kembali generasi muda Indonesia jika Indonesia memiliki busana tradisional yaitu kain tradisional yang menjadi salah satu bagian dari identitas negara Indonesia yang harus tetap dilestarikan agar tidak terlupakan.

Walaupun kampanye mengenai kain tradisional sudah pernah dilakukan oleh beberapa pihak, tetapi kampanye Berkain Gembira menjadi menarik diteliti karena kampanye ini dilakukan oleh anak muda Indonesia untuk anak muda Indonesia. Kampanye ini fokus kepada anak muda Indonesia dengan menggunakan cara pendekatan yang sesuai dengan keadaan anak muda Indonesia saat ini. Di lingkungan saat ini yang di mana para anak muda lebih memiliki ketertarikan terhadap budaya luar, kampanye Berkain Gembira hadir untuk membantu budaya Indonesia kembali dikenal melalui penggunaan kain tradisional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, disimpulkan jika saat ini banyak anak muda Indonesia yang kurang memiliki minat dalam menggunakan kain tradisional sebagai busana mereka sehari-hari. Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman dan informasi yang didapatkan oleh anak Indonesia mengenai kain tradisional. Kain tradisional dianggap hanya sebagai pakaian adat yang dipakai pada saat acara formal dan di waktu tertentu yang mengharuskan mereka menggunakan kain tradisional. Bahkan, tidak sedikit anak muda yang lebih memilih menggunakan pakaian formal biasayang lebih praktis.

Swara Gembira melihat permasalahan tersebut, bagaimana seni budaya Indonesia semakin tergerus dan kalah dengan budaya populer yang semakin berkembang di lingkungan masyarakat. Maka dari itu,

Swara Gembira dengan menggunakan pendekatan lebih dekat dengan anak muda, melakukan kampanye Berkain Gembira. Ini dilakukan untuk mengajak anak muda Indonesia menggunakan kain tradisional sebagai busana mereka sehari-hari. Oleh karena itu, pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh pesan kampanye Berkain Gembira yang dilakukan oleh Swara Gembira terhadap sikap Generasi Z Indonesia untuk mulai berbusana mengenakan kain tradisional di dalam kegiatan mereka sehari-hari.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut.

- a. Apakah terdapat pengaruh pesan kampanye Berkain Gembira yang dilakukan Swara Gembira terhadap sikap anak muda Indonesia untuk berbusana menggunakan kain tradisional?
- b. Seberapa besar pengaruh pesan kampanye Berkain Gembira yang dilakukan Swara Gembira terhadap sikap anak muda Indonesia untuk berbusana menggunakan kain tradisional?

1.4 Tujuan Penelitian

Setelah menentukan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, selanjutnya dapat dirumuskan jika penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh pesan kampanye Berkain Gembira yang dilakukan Swara Gembira terhadap sikap anak muda Indonesia dalam berbusana menggunakan kain tradisional.
2. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh pesan kampanye Berkain Gembira yang dilakukan Swara Gembira terhadap sikap anak muda Indonesia dalam berbusana menggunakan kain tradisional.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1. Signifikansi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi dalam perkembangan ilmu komunikasi yang berfokus pada kampanye. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan untuk dapat memperluas bahan referensi dan mengetahui kajian teori mengenai pengaruh pesan kampanye terhadap sikap.

1.5.2. Signifikansi Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat bermanfaat sebagai referensi untuk peneliti mengenai pengaruh pesan kampanye terhadap sikap selanjutnya serta dapat bermanfaat untuk dikembangkan dengan menggunakan metode lain. Selain itu, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, hasil informasi dan masukan dapat dimanfaatkan oleh setiap lembaga masyarakat di Indonesia yang berfokus pada kelestarian budaya Indonesia dalam melihat sejauh mana pesan kampanye yang dilakukan oleh lembaga tersebut dalam usaha mereka untuk mempengaruhi sikap khalayak.

