

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF OLEH KOMUNITAS PEMUDA BERKAIN SURABAYA DALAM MELESTARIKAN KAIN TRADISIONAL

Nur Fadhilah Rachmawati

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Surabaya

Email : nurfadhilah.19031@mhs.unesa.ac.id

Gilang Gusti Aji

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Surabaya

Email : gilangaji@unesa.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi memberikan kemudahan untuk menemui ketertarikan yang baru dan membuat perhatian masyarakat mudah teralihkan. Hal ini pun berimbas pada pengabaian masyarakat muda terhadap warisan budaya lokal Indonesia, salah satunya kain tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tujuan dan strategi yang dilakukan oleh komunitas Pemuda Berkain Surabaya dalam melestarikan kain tradisional Indonesia di kalangan muda. Sebagai penelitian kualitatif, penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan paradigma konstruktivis, dengan teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tujuan Pemuda Berkain Surabaya melakukan pelestarian kain tradisional adalah untuk meningkatkan pengetahuan kalangan muda tentang kain tradisional dengan merelevansikan kain tradisional dengan gaya hidup kalangan muda.

Kata kunci : Strategi komunikasi persuasif, Kain tradisional, Komunitas

Abstract

The developments of technology ease the society to meet their new interests. Besides that, this innovation easily distract people's attention from their native culture. This also has an impact on young people's ignorance of Indonesia's local cultural heritage, which is traditional fabric. This study aims to determine the goals and strategies carried by the Pemuda Berkain Surabaya community in preserving Indonesian traditional fabric among young people. As a qualitative research, this research uses the case study method and constructivist paradigm, with the theory of persuasive communication strategy introduced by Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball-Rokeach. The results of this study describe that the purpose of Pemuda Berkain Surabaya community in preserving traditional fabric is to increase young people's knowledge about Indonesian traditional fabric and increase the confidence of young people both in expressing themselves and preserving Indonesian cultural heritage. Based on this goal, this community has a strategy to make traditional fabric more relevant to young people social life.

Keywords: Persuasive communication strategy, Traditional fabric, Community

PENDAHULUAN

Keberagaman kondisi geografis dan latar belakang budaya menjadikan Indonesia sebagai sebuah negara yang memiliki berbagai warisan budaya, di antaranya kain tradisional dengan beragam makna simbolis, yang didasarkan pada falsafah masyarakatnya, memiliki nilai estetika, dan berfungsi secara sosial (Rohidi, 2000). Melalui berbagai proses penciptaan ragam corak dan materi, kain tradisional Indonesia selalu menjadi media yang mampu menggambarkan ciri khas dari tiap daerah. Pemaknaan pada karya seperti ini yang menjadikan kain tradisional sebagai media untuk menanamkan nilai-nilai luhur, doa, harapan, dan ungkapan kasih (Herawati, 2010).

Walaupun kain tradisional telah dianggap sebagai warisan budaya Indonesia, tidak dapat dipungkiri bahwa pengetahuan mengenai kain tradisional lainnya minim di masyarakat. Selain karena minimnya pengetahuan mengenai kain tradisional di masyarakat ketidakminatan para generasi masa kini terhadap kain tradisional juga menjadi salah satu pengaruh mengapa kain ini tidak banyak dikenal, baik dalam daerahnya sendiri maupun daerah lain di Indonesia. Mengenai pelestarian budaya, minimnya pengetahuan mengenai kain tradisional di Indonesia berdampak pada menurunnya minat serta permintaan produksi kain tradisional.

Ketua Koalisi Seni Indonesia, Abdul Aziz menyatakan bahwa dari sekian strategi pelestarian yang dibangun dan dikembangkan masih memperlihatkan kegagapan Indonesia dalam menghadapi tekanan dan perubahan dari dalam maupun luar. Padahal sejarah perkembangan bangsa dan wacana yang dikembangkan oleh pekerja kebudayaan telah memberikan gambaran yang komprehensif mengenai persoalan pelestarian budaya yang Indonesia saat ini dihadapi (Andan & Surajaya, 2013).

Dari penjelasan diatas, diperlukan upaya yang menargetkan pelestarian kain tradisional melalui perubahan perilaku di kalangan masyarakat muda. Hal ini menunjukkan diperlukannya strategi untuk memunculkan rasa kepemilikan dan keterlibatan (*sense of belonging*) terhadap kain tradisional. Terdapat tiga faktor yang

mempengaruhi *sense of belonging* yaitu: kepercayaan pada anggota lain, familiaritas atau keakraban, dan kesamaan persepsi (Zhao, et al., 2012).

Dewasa ini terdapat banyak komunitas yang berkembang dan secara khusus memfokuskan perhatian pada permasalahan warisan budaya. Salah satu komunitas yang aktif melakukan pelestarian kain tradisional adalah komunitas Pemuda Berkain Surabaya (PBS). Komunitas ini lahir dari individu yang berhasil menginisiasikan eksisnya Pemuda Berkain Surabaya dengan Gerak Samudera sebagai *founder* pada tahun 2021. Penulis ingin mengetahui lebih dalam terkait strategi yang dirancang dan diterapkan dalam pelestarian kain tradisional Indonesia oleh komunitas ini dengan judul Strategi Komunikasi Persuasif oleh Komunitas Pemuda Berkain Surabaya.

Teori yang digunakan sebagai dasar atau acuan dalam penelitian ini yaitu teori Teori Strategi Komunikasi Persuasif Melvin L. DeFleur & Sandra J. Ball-Rokeach. Pada Soemirat (2018), strategi komunikasi persuasif oleh Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach ialah suatu pencampuran antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi dalam meraih sebuah tujuan, yaitu memberikan pengaruh sikap, pendapat serta perilaku individu atau audiens. De-fleur dan Rokeach menjelaskan tiga strategi komunikasi persuasif, diantaranya yaitu strategi psikodinamika, strategi persuasi sosiokltural, dan strategi *the meaning costruction*.

METODE

Pendekatan pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Creswell (2003) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif selalu mengharapkan hasil yang utuh terhadap subjek atau objek yang sedang diteliti. Pengumpulan data atau informasi pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur dan studi dokumen yang telah dipublikasikan oleh subjek penelitian. Penelitian ini mengambil metode studi kasus untuk metode penelitian agar mendapat data yang sesuai tanpa adanya manipulasi. Metode ini dipilih agar peneliti dapat mengeksplorasi program, peristiwa, atau aktivitas subjek komunikator, pesan yang

disampaikan dan dampak atau efek yang diinginkan pada komunikan. Studi kasus adalah sebuah metode penelitian dengan berfokus pada beragam sumber data yang dapat digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. Dengan demikian, peneliti menggunakan wawancara yang mendalam, observasi informan, dokumentasi, rekaman bukti fisik dan lainnya (Kriyantono, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas Pemuda Berkain Surabaya (PBS) merupakan sebuah komunitas kolektif bagi anak muda di Surabaya yang memiliki ketertarikan akan budaya berbusana kain tradisional Indonesia sebagai tempat berekspresi bersama. Komunitas ini merelevansikan kain tradisional dengan gaya hidup modern saat ini sehingga dapat diterima oleh generasi muda dan terus bertahan di tengah kondisi masyarakat yang dinamis. Selain untuk melestarikan kain tradisional, komunitas ini juga menjadi sebuah platform bagi anak muda untuk mengaktualisasikan diri secara bebas melalui berbagai kegiatan PBS.

Pemuda Berkain Surabaya perlu memahami kondisi yang ada di masyarakat dan mengemas gaya berkain sebagai strategi komunikasi persuasif terhadap pelestarian kain tradisional agar dapat diterima dengan baik oleh kalangan muda yang menjadi sasaran utama komunitas ini.

Kain tradisional juga belum banyak diminati dan dikenali oleh generasi muda, baik dalam daerahnya sendiri maupun daerah lain di Indonesia. Kondisi ini dipaparkan oleh *founder* Pemuda Berkain Surabaya, jika terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab minimnya minat kalangan muda terhadap kain tradisional. Beberapa faktor tersebut ialah a) Adanya krisis identitas bangsa pada kalangan muda, b) Kurangnya rasa percaya diri dalam melestarikan budaya, c) Minimnya pengetahuan tentang kain tradisional.

PBS mengungkapkan jika target audiens yang menjadi sasaran komunitas

tersebut adalah generasi Z. Dari sejumlah urgensi sebelumnya, Pemuda Berkain Surabaya melakukan beberapa strategi komunikasi persuasif untuk melakukan persuasi tentang kain tradisional. Adapun beragam strategi tersebut, yaitu :

Merekonstruksi Makna Berkain

Kain tradisional seringkali dipandang masyarakat muda sebagai hal yang bersifat kaku, kuno, dan memiliki banyak aturan (Trismaya, 2020). Akibat stigma tersebut, banyak kalangan muda yang tidak ingin melibatkan diri atau sekadar ingin tahu mengenai kain tradisional. Hal ini juga dipengaruhi karena minimnya kemunculan warisan budaya lokal dilingkungan anak muda.

Salah satu alasan yang mendorong Pemuda Berkain Surabaya menggalakkan gerakan berkain adalah terjadinya fenomena pengabaian masyarakat akan budaya lokalnya sendiri karena lebih tertarik kepada budaya luar sehingga dikhawatirkan melunturkan nilai-nilai lokal. Di sisi lain, PBS memandang jika upaya-upaya pelestarian budaya lokal yang ada saat ini belum bisa tergolong relevan dengan minat kalangan muda yang telah berkembang mengikuti budaya modern.

PBS melihat adanya kekakuan dari pihak-pihak yang memiliki peran dalam melestarikan budaya lokal pada generasi sebelumnya. Pelestarian budaya yang dilakukan oleh generasi sebelumnya bersifat kurang adaptif, formal dan cenderung organisatoris. Sedangkan PBS memandang jika Gen Z tidak dapat dipaksa mengikuti hal-hal yang bersifat seperti itu. Hal tersebutlah yang menurunkan minat kalangan muda untuk mencari tahu lebih dalam soal kain tradisional. PBS mempercayai jika budaya akan mengikuti masyarakat yang dinamis. Melihat kondisi tersebut, Pemuda Berkain Surabaya perlu memposisikan diri selayaknya kalangan muda yang didominasi oleh Gen Z saat ini dengan memahami bagaimana karakteristik dan minat dari sasaran mereka.

PBS merumuskan sebuah narasi dan karakteristik baru mengenai berkain di zaman modern. PBS mendefinisikan jika berkain merupakan aktivitas menggunakan kain utuh sebagai pakaian dengan mempertahankan teknik ikat tanpa menggunakan jahitan. Berkain juga dapat dikombinasikan dengan elemen *fashion* yang lebih modern. Berkain dapat dilakukan dengan kain apapun, bahkan kain polos sekalipun. Namun, karena Indonesia dinilai memiliki kekayaan kain tradisional yang sangat beragam di setiap daerah, maka PBS mendorong penggunaan kain tradisional yang Indonesia miliki untuk digunakan saat berkain.

Terdapat penjelasan soal keragaman kain tradisional Indonesia, sehingga eksplorasi berkain tidak hanya terbatas pada penggunaan kain batik. Upaya berkain yang dilakukan lebih luas dan berupaya memperkenalkan beragam kain tradisional dari daerah lain di Indonesia. Hal ini dilatarbelakangi oleh keinginan untuk berkontribusi mengurangi perkembangan seni budaya di Indonesia yang bersifat jawa-sentris. Kain tradisional dikenal memiliki beberapa pakem yang harus ditaati dalam penggunaannya. Menurut pihak PBS, hal inilah yang menghalangi minat kalangan muda terhadap kain tradisional karena memunculkan ketakutan dalam menyalahi aturan penggunaan kain. Melalui pelanggaran pakem dan memberikan beragam referensi dalam berkain, PBS mampu mengurangi kekhawatiran kalangan muda yang takut melakukan kesalahan saat berkain.

Dalam strateginya, PBS menunjukkan beragam bentuk kebebasan dalam *Founder* PBS menjelaskan bahwa hal ini tidak menyalahi aturan bila kombinasi kain tradisional dengan ragam pakaian modern tidak digunakan di wilayah keraton. PBS juga tetap memberikan edukasi mengenai aturan motif-motif kain batik yang diperuntukan oleh bangsawan keraton dan penggunaannya. Kain tradisional dikenal memiliki beberapa pakem yang harus ditaati dalam penggunaannya. Menurut pihak PBS, hal inilah yang menghalangi minat kalangan muda terhadap kain tradisional karena memunculkan

ketakutan dalam menyalahi aturan penggunaan kain. Melalui pelanggaran pakem dan memberikan beragam referensi dalam berkain, PBS mampu mengurangi kekhawatiran kalangan muda yang takut melakukan kesalahan saat berkain.

Terdapat pula upaya perelevansian kain tradisional dengan trend *sustainable fashion* yang ramah lingkungan. PBS menjelaskan jika penggunaan kain tradisional sebagai busana harian dapat berkontribusi mendukung gaya hidup *sustainable*, sebab kain tradisional tergolong sebagai *slow fashion*.

Aktif Berkain di Ruang Publik

Fashion dan pakaian adalah cara yang digunakan individu untuk membedakan dirinya sebagai individu dan menyatakan beberapa bentuk keunikannya. Pakaian yang langka, baik karena sudah sangat tua atau sangat baru, misalnya, mungkin digunakan untuk menciptakan dan mengekspresikan keunikan individu. Begitu juga dengan penggunaan kain tradisional atau atribut budaya lokal lainnya.

Penguatan identitas bangsa dengan berkain juga menjadi urgensi bagi Pemuda Berkain Surabaya. Warisan seni dan budaya lokal Indonesia tentu dapat menunjukkan identitas bangsa dan nasionalisme seorang individu. Melirik pada beberapa konflik 'saling klaim' yang telah terjadi, PBS menilai jika reaksi kemarahan warga Indonesia tidak diikuti dengan aksi nyata dalam penguatan diri soal warisan budaya, termasuk kain tradisional Indonesia. Informan memberikan contoh dengan pakaian tradisional *hanbok* dari Korea Selatan. Dengan kebudayaan Korea yang mendunia, dimanapun *hanbok* dikenakan masyarakat akan tetap memahami jika *hanbok* merupakan identitas Korea Selatan. Maka dari itu, PBS meletakkan fokusnya pada penguatan internal diri mengenai pengetahuan dan kesadaran terhadap budaya tradisional, salah satunya dengan berkain. PBS menekankan jika konsep identitas bangsa tersebut akan sangat mudah diperlihatkan dengan berkain.

Jika dibandingkan dengan bentuk kebudayaan lain seperti tarian, lagu, rumah adat dan kebudayaan lain, PBS menganggap jika kain tradisional merupakan cara termudah untuk menunjukkan identitas sebagai bangsa Indonesia. Kain sebagai busana merupakan hal yang paling mudah diperlihatkan dan dengan mudah menggambarkan sebuah identitas jika dibandingkan dengan bentuk warisan budaya lainnya. Dengan berpakaian, identitas sebagai masyarakat daerah atau sebagai masyarakat Indonesia akan lebih mudah diketahui.

Konsistensi dan kontinuitas untuk muncul di ruang publik dengan berkain dianggap menjadi kunci utama untuk meningkatkan minat pada kain tradisional. PBS mengungkapkan jika berkain di ruang publik pasti akan memancing rasa heran, penasaran atau bahkan persepsi lainnya. Hal ini juga membuat orang lain mudah untuk tertarik mencoba karena telah melihat secara langsung bagaimana berkain dapat dilakukan dengan gaya yang lebih modern. Jika berkain dengan kain tradisional telah menjadi *lifestyle*, maka ekosistem sehat antar perajin, kain tradisional, dan pasarnya juga akan terdukung.

PBS melihat jika kain tradisional sering dikaitkan dengan hal kuno dan ketinggalan zaman, sehingga banyak yang beranggapan jika kain tradisional tidak mampu bersanding dengan budaya populer. Oleh karena itu, PBS memerlukan usaha yang lebih untuk menyampaikan rekonstruksi makna yang telah dibentuk pada strategi sebelumnya dan mengubah persepsi masyarakat akan kain tradisional.

Salah satu hal sederhana yang PBS lakukan adalah dengan eksis muncul di ruang publik. PBS seringkali muncul di beberapa kafe di Surabaya dengan gaya busana berkain. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian dari kalangan muda yang banyak meminati kafe-kafe sebagai tempat berkumpul. Kemunculan PBS di kafe seringkali ditujukan untuk agenda diskusi soal *event* yang menjadi agenda komunitas ini.

Selain itu, PBS juga seringkali berdiskusi soal pengetahuan kain tradisional bersama orang-orang yang memang memiliki pengetahuan lebih soal kain tradisional (budayawan/kolektor). Adanya agenda berkumpul ini dibuat dalam format yang santai sehingga anggota komunitas dapat lebih leluasa dalam bertanya dan berdiskusi soal kain tradisional. Kegiatan ini biasanya juga dilengkapi dengan aktivitas ‘menjembeng’ (membentangkan) kain-kain tradisional koleksi pribadi anggota PBS untuk mengamati dan mempelajari motif dan detail dari kain tersebut. Hal ini bukan hanya untuk memperluas referensi gaya saja, namun juga bertujuan untuk memperkuat wawasan tentang kain tradisional secara filosofis.

Membangun Komunitas untuk Menjangkau Audiens

Akun Instagram @pemudaberkain.sub mulanya diperuntukkan sebagai wadah referensi dalam berkain. Upaya menunjukan beragam referensi merupakan hal yang penting, karena dirasa dapat memberikan contoh nyata dan akan memunculkan minat audiens untuk mencoba berkain. Aktivitas tersebut diawali dengan mengunggah ulang foto-foto berkain pribadi *founder*, selebritis dan teman-temannya sebagai konten referensi pada akun tersebut.

Tim media sosial PBS terbentuk dengan sistem *voluntary* (sukarela) sehingga strategi yang dibuat pun tidak amat komprehensif layaknya akun Instagram *brand* dengan berbagai targetnya. Meskipun tidak membentuk strategi media sosial yang begitu dalam, PBS tetap memiliki pola-pola tertentu dalam mengembangkan konten media sosialnya. Pada media sosialnya, PBS cenderung mengembangkan konten referensi seperti foto dan tutorial berkain serta konten insidental.

PBS mempunyai tiga pilar konten utama sebagai acuan pengembangan konten kedepannya. Tiga pilar tersebut meliputi *entertainment*, *engaging content*, dan edukatif.

Masing masing content pillar tentu memiliki porsinya sendiri. Konten entertainment dan edukatif lebih sering dipublikasikan pada Instagram feeds, sedangkan *engaging content* lebih banyak mendominasi Instagram story. Konten-konten yang diunggah di Instagram PBS tidak hanya seputar kain tradisional, tetapi juga konten tentang kepercayaan diri untuk mencapai tujuan awal PBS. Instagram PBS juga difungsikan untuk mempublikasikan beberapa moment dari *event* yang telah diselenggarakan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, ditemukan sejumlah ketentuan yang ditetapkan dalam setiap konten Instagram PBS. Ketentuan tersebut diantaranya adalah meminimalisir penggunaan kata bahasa asing baik pada *caption* maupun grafis konten. Adapun ketentuan lainnya seperti hanya menggunakan lagu Indonesia (pop, lawas, daerah) dan tidak menggunakan lagu luar negeri sebagai iringan konten video, baik di Reels maupun Story. Faktanya, banyak lagu pop lawas Indonesia yang kembali digemari oleh kalangan muda terutama di platform media sosial berbasis video. Sehingga tak hanya sekadar mengikuti *trend*, PBS juga bertujuan untuk meningkatkan kembali kecintaan kalangan muda terhadap bahasa Indonesia.

Mengembangkan *Event* untuk Menarik Partisipasi Kalangan Muda

Pemuda Berkain Surabaya juga mengembangkan beragam *event* sebagai media untuk memunculkan diri di ruang publik. Dalam hal ini, PBS selalu berupaya untuk memudahkan akses anak muda pada *event* mereka seperti mengadakan *event* secara gratis dan memberikan fasilitas kain tradisional untuk digunakan oleh audiens. PBS menjelaskan jika hal ini merupakan faktor penting untuk menarik minat *persuadee* karena *ticketing* dapat membuat orang berpikir kembali untuk berpartisipasi. *Event-event* yang dikembangkan pun dirancang mengikuti minat dari kalangan muda terhadap budaya populer saat ini. Beragam *event* tersebut yaitu a) Loka Karya (workshop berkain, membuat kain tradisional, dll), b) Gelar Busana (*Fashion Show*), c) Gelar

Wicara (*Talkshow*), d) Reja Wastra (*Thrifting* kain tradisional), e) Pesta Riu Riah (perayaan hari jadi), f) Disko Bergema, g) Pekan Merdeka (perayaan HUT RI), h) Art Exhibition (pameran seni).

Selain penamaan *event* dalam bahasa Indonesia dan sanskerta, terdapat sejumlah ciri khas yang selalu dihadirkan dalam *event-event* tersebut. Ciri tersebut diantaranya seperti penggunaan janur kuning pada *venue*, dekorasi dengan ornamen motif tradisional, serta pembukaan rangkaian *event* dengan pemecahan kendi sebagai simbolis adat. *Event* yang dikembangkan oleh PBS memiliki ciri dengan diiringi musik daerah dan lagu pop Indonesia.

SIMPULAN

PBS melakukan sejumlah komunikasi persuasif untuk melestarikan kain tradisional dengan merelevansikan kain tradisional dengan kehidupan generasi Z sebagai populasi terbesar dari kalangan muda saat ini. Hal ini diperlukan sebab PBS menilai bahwa Gen Z memiliki selera tersendiri yang tidak bisa disamakan dengan generasi sebelumnya.

Sebelumnya, peneliti perlu melihat perbedaan antara strategi yang PBS lakukan dengan sejumlah strategi pelestarian kain tradisional sebelumnya yang telah dilakukan oleh pihak lain. Dari beberapa penelitian yang peneliti dapatkan, ditemui sejumlah kebaruan.

Penelitian ini menunjukkan komunikasi persuasif yang dibangun atas dasar realitas sosial pada kalangan muda (generasi Z) Surabaya. PBS sebagai *persuader* memiliki strategi untuk merelevansikan kain tradisional dengan kehidupan anak muda untuk memudahkan pengemasan dan penyampaian pesan. Hal ini dilakukan agar lebih mudah dipahami oleh kalangan muda sebagai *persuadee*. Langkah ini dimulai dengan merekonstruksi kembali makna berkain dan menyampaikan narasi baru secara konsisten. Pemahaman mengenai kain tradisional disederhanakan dengan sudut pandang anak muda. Dalam pandangan kalangan muda, kain tradisional menjadi hal yang kuno dan tidak

praktis. Hal ini juga dijelaskan oleh observasi Trismaya (2020) juga mengungkapkan jika terjadinya pengabaian oleh masyarakat terhadap produk tradisi lokal yang secara umum disebabkan: 1) tampak kuno/tidak menarik, 2) harga yang relatif lebih mahal dibanding harga produk yang dihasilkan dengan mesin modern, 3) tidak praktis, 4) tidak ada perhatian pada budaya lokal akibat kurangnya pengenalan tradisi lokal di ruang-ruang publik, 5) kurangnya perhatian masyarakat pada keberlangsungan pengrajin di daerah-daerah (Trismaya, N., 2020).

Dari sejumlah penyebab yang ada, terdapat narasi baru yang disampaikan untuk mematahkan stigma tersebut dengan menyebutkan jika berkain merupakan hal yang keren untuk kalangan muda. Narasi tersebut kemudian ditunjukkan dengan penggunaan kain tradisional sama seperti pakaian *Ready to Wear* (RTW) yang tidak perlu terikat dengan pakem selama digunakan diluar wilayah keraton. PBS percaya jika hal ini diperlukan untuk bertahan di tengah kondisi masyarakat yang dinamis. PBS memposisikan kain tradisional sebagai busana *Ready to Wear* (RTW) sebab melihat adanya kekhawatiran pada kalangan muda akan aturan dan pakem yang diturunkan secara tradisi.

PBS menunjukan bagaimana kain-kain tersebut dapat digunakan secara modern yang bertujuan untuk memunculkan minat dari sasarannya. Pelonggaran pakem ini juga PBS anggap sebagai kunci utama sebab kalangan muda mulanya memiliki edukasi yang minim soal kain tradisional. Minimnya pengetahuan ini pun membuat kalangan muda cenderung mempersepsi jika penggunaan kain tradisional adalah hal yang rumit dan khawatir untuk terlibat lebih jauh dalam memahami seperti apa pakem dari kain tradisional yang berlaku.

Berbeda dengan pihak-pihak sebelumnya yang melestarikan kain dengan berfokus pada salah satu jenis kain tradisional saja, PBS cenderung mengangkat pelestarian kain tradisional dengan ikut mempopulerkan

gaya berkain. Berkain sendiri memiliki cakupan kain tradisional Indonesia yang lebih luas dan lebih beragam dari berbagai daerah di Indonesia. Selain itu, PBS juga menetapkan sasaran yang lebih spesifik yaitu generasi Z dari masyarakat urban.

Melihat karakteristik dari sasarannya, PBS kemudian berupaya untuk aktif berkain di ruang publik. Kemunculan di ruang publik ini tidak memerlukan momen atau kesempatan tertentu dan dapat dilakukan dimanapun. Muncul di tempat umum seperti kafe dengan busana kain tradisional menjadi stimulus agar orang lain tertarik mencoba karena telah melihat secara langsung bagaimana visualiasi berkain yang lebih modern dan *edgy*. Aktivitas berkain dilakukan untuk memperluas apresiasi terhadap kain tradisional di kalangan muda dengan tujuan mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan ekonomi perajin kain tradisional.

Berlo (1974) menjelaskan jika dalam komunikasi persuasif, *persuader* memberikan stimulus saat mentransmisikan pesan. Setelah melakukan persepsi, *persuadee* akan menafsirkan pesan tersebut. Hal ini akan bersifat permanen bila *persuadee* melakukan respon yang berulang, entah respon yang baru atau kembali menggunakan respon lama. *Persuadee* tidak dapat dikatakan belajar bila hanya merespon satu kali, maka harus ada pengulangan (Soemirat, Soleh, dkk. 2018).

Hubungan stimulus dan respon yang PBS lakukan belum tentu bersifat permanen, maka PBS muncul berkain di ruang publik secara repetitif dan kontinu. Berkain untuk sekadar ‘nongkrong’ di kafe, ditambah dengan aktivitas ‘menjembreg’ kain tradisional di beberapa kafe ternyata berhasil memicu ketertarikan kalangan muda terhadap kain tradisional itu sendiri. Menilik salah satu observasi Trismaya (2020), kurangnya pengenalan tradisi lokal di ruang-ruang publik menjadi penyebab minimnya minat kalangan muda terhadap warisan budaya tradisional. Kemunculan di publik ini PBS tujuakan untuk memperoleh perhatian dan meningkatkan

awareness baik untuk eksistensi kain tradisional maupun komunitas mereka.

Pada temuan lainnya, peneliti juga mendapati bahwa terdapat berbagai *event* dikembangkan sebagai salah satu strateginya. *Event-event* tersebut pun dibuat dengan memahami hal-hal yang menjadi minat anak muda Surabaya. Peneliti melihat adanya perbedaan dari *event* pelestarian kain tradisional yang telah banyak diselenggarakan oleh pihak lain dengan *event* yang dikembangkan oleh PBS. Komunitas ini mengembangkan *event* yang menjadi minat masyarakat muda, namun tetap melibatkan unsur-unsur budaya lokal dan daerah seperti ornament dekorasi (janur kuning, dekorasi gunung), tradisi simbolis (pemecahan kendi, tumpengan), dan menjadikan kain tradisional sebagai dresscode dalam setiap *event*. Identifikasi *sasaran* komunikasi persuasif menjadi hal yang penting, sebab dari hal tersebut *persuader* perlu cermat dalam menyesuaikan pesan dan saluran dengan aspek demografis, pekerjaan, suku bangsa, gaya hidup, dan lain-lain (Soemirat, Soleh, dkk. 2018).

Peneliti melihat jika PBS memberikan persuasi untuk mengedukasi dengan memposisikan ‘pesta’ sebagai *reward* yang akan didapatkan oleh *persuadee* setelahnya. Berlo menjelaskan jika faktor penentu proses belajar atau pengembangan kebiasaan pada *persuadee* adalah reward. *Persuadee* akan mengulangi respon yang memberikan reward sebab *persuadee* akan selalu mengamati akibat dan mempertimbangkan apakah ia akan mendapat keuntungan atau sebaliknya (Soemirat, Soleh, dkk. 2018).

Menilik pernyataan dari Mowen dan Minor (2002), komunitas ini kemudian memposisikan diri sebagai kelompok rujukan sebab komunitas tersebut digunakan oleh para anggotanya sebagai titik acuan untuk mengevaluasi kebenaran tindakan mereka (aktivitas berkain), kepercayaan (pemaknaan kain tradisional) dan sikap. Kelompok rujukan

sendiri terbukti memiliki peranan dalam merubah sikap dan perilaku (Rakhmat, J., 2011).

Peneliti pun mendapati fakta dari wawancara yang dilakukan kepada *persuadee* jika komunitas ini dapat menjadi tempat yang aman untuk mengekspresikan diri mereka. Rogers (1951) menjelaskan jika setiap individu memiliki hasrat untuk memperoleh penerimaan dan perlakuan yang baik secara hangat oleh orang lain. Hal ini sangat ditentukan oleh faktor lingkungan. Kebutuhan akan pandangan positif memiliki pengaruh memotivasi yang besar pada tingkah laku individu (Soemirat, Soleh, dkk. 2018).

Dari hasil yang peneliti peroleh melalui wawancara dan observasi, peneliti dapat menjelaskan strategi komunikasi yang PBS lakukan dengan strategi komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach yang peneliti jadikan landasan pada penelitian ini. Strategi tersebut meliputi strategi psikodinamika, strategi sosiokultural, dan strategi *meaning construction* (rekonstruksi makna).

Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach menjelaskan jika strategi persuasi berdasarkan konsep psikodinamika perlu difokuskan pada faktor emosional dan kognitif *persuadee*. Selain memberikan edukasi seputar kain tradisional untuk meningkatkan fungsi kognitif, PBS juga menonjolkan pelibatan emosi tentang membangun kepercayaan diri *persuadee*. PBS menampilkan bentuk emosi tersebut dengan menuangkan ekspresi yang jelas pada aktivitas mereka. Hal ini dilakukan untuk memperlihatkan pada *persuadee* jika PBS juga memberikan ruang aman untuk mengembangkan rasa percaya diri dan mengekspresikan diri dengan berbagai cara. Peneliti juga mendapati penjelasan *persuadee* (anggota komunitas) yang merasa mendapatkan wadah untuk berekspresi dengan nyaman melalui komunitas PBS. Komunitas sebagai *persuader* memahami sasarannya dengan

menunjukkan bagaimana sebuah ekspresi tercakup pada ide yang di-komunikasikan.

Strategi psikodinamika ini dapat dilihat dari beberapa aktivitas PBS yang bertujuan untuk memberikan stimulus visual pada *persuadee* seperti aktivitas mempelajari kain tradisional di kafe yang merupakan ruang publik. Hal ini tentu mampu meningkatkan perhatian orang sekitar dengan beragam persepsi dan mendukung kemunculan bentuk-bentuk warisan budaya lokal di lingkungan masyarakat yang selama ini cenderung minim (Trismaya, 2020).

Strategi berikutnya, strategi sosiokultural memiliki asumsi bahwa perilaku manusia juga dipengaruhi oleh kekuatan luar diri individu. Strategi yang efektif dibutuhkan karena aktivitas pesan oleh komunikator perlu menyesuaikan kultur yang ada. Strategi sosiokultural ini dapat dilihat dari beberapa aktivitas PBS yang mengembangkan sejumlah event yang menyesuaikan dengan perilaku dan kultur *persuadee* yang merupakan kalangan muda masyarakat urban.

Event-event tersebut jauh dari hal yang bersifat formal dan cenderung menonjolkan sisi ‘luwes’nya dengan mengadaptasi tren *event* di kalangan muda terkini. Pendekatan yang digunakan dapat memberikan pengalaman keterlibatan langsung untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan soal kain tradisional. Selain itu, PBS sebagai *persuader* juga menyadari adanya kultur media sosial sehingga turut menggunakan media sosialnya sebagai salurannya dalam menyampaikan narasi, memberikan edukasi soal kain tradisional dan menunjukan eksistensi komunitasnya.

Peneliti melihat bahwa aktivitas yang PBS kembangkan masih berlandaskan dari minat kalangan muda urban yang identik dengan gaya hidup kekinian untuk kalangan menengah atas, sehingga cenderung elitis dan membentuk sebuah *barrier* yang membuat ragu sasaran eksternal untuk mencoba berinteraksi

dengan PBS. Hal ini dapat dilihat dari event-event seperti Disko Bergema dan Gelar Busana. Tetapi di sisi lain, ada banyak variasi event yang PBS berikan dengan kemudahan akses seperti dengan tidak menetapkan harga tiket masuk (HTM) dan penyediaan fasilitas kain tradisional secara gratis. Sehingga perlu strategi yang lebih tepat dalam membentuk citra komunitas yang seimbang dan tidak tertutup untuk kalangan tertentu.

Strategi *the meaning construction* didasarkan pada asumsi De Fleur dan Rokeach yang menyebutkan jika pengetahuan mempengaruhi perilaku. Inti dari strategi ini adalah dengan menyesuaikan kembali makna dengan tujuan memudahkan pemahaman *persuadee*, baik dengan penyesuaian gaya bahasa, penyederhanaan, dan penyesuaian lainnya. Dalam hal ini PBS melihat bagaimana persepsi anak muda sebelumnya soal kain tradisional yang dianggap kuno dan rumit dengan berbagai pakem yang berlaku.

Strategi *meaning construction* ini dapat dilihat dari beberapa aktivitas PBS seperti adanya makna baru yang dibentuk kembali oleh founder komunitas tersebut yang akhirnya menjadi nilai dari Pemuda Berkain Surabaya. Penganalogian kain tradisional sebagai salah satu pilihan dari busana harian, yang sama seperti pakaian *Ready to Wear* (RTW) bertujuan untuk menghilangkan ‘tembok’ yang menjadi kekhawatiran *persuadee* dan memudahkan pemahaman *persuadee* soal kain tradisional. Rekontruksi makna ini akhirnya juga memberikan kelonggaran pakem tentang kain-kain tersebut. Dalam melakukan rekontruksi makna ini, *founder* pun telah mendiskusikan idenya dengan pihak-pihak yang juga memiliki kredibilitas soal kain tradisional seperti budayawan dan pihak keraton yang akhirnya disetujui untuk penggunaan diluar wilayah keraton. Narasi inilah yang akhirnya PBS konsisten sampaikan dalam aktivitas edukasi kain tradisional baik pada aktivitas langsung maupun melalui media sosial sebagai salah satu saluran mereka.

Di satu sisi, rekontruksi makna dan pelanggaran pakem yang dilakukan komunitas ini berdampak pada minat *persuadee* karena dapat membantu menghilangkan kekhawatiran yang ada sebelumnya. Tetapi, perlu diulas jika pakem yang telah dikonfirmasi kesepakatannya dengan pihak komunitas etnis yang bersangkutan masih berada di dalam lingkup pakem seputar motif larangan pada kain batik saja. Belum ada upaya memperdalam pemahaman dan pe-ngonfirmasian serupa pada kain tradisional dari daerah lainnya. Hal ini cukup kontradiktif, mengingat PBS menyebutkan jika langkah pelestarian yang mereka lakukan diupayakan mencakup kain tradisional yang lebih luas dari banyak daerah di Indonesia. Padahal sudah sepatutnya ada pengetahuan yang dimiliki sebelum mengulas atau mengkreasi sebuah kain tradisional karena kain tradisional lain juga memiliki pakem dan nilai filosofis. Perlu diingat jika belum tentu seluruh komunitas etnis memberikan ‘izin’ untuk pengembangan motif-motif tertentu.

Meski demikian, peneliti tentu masih melihat **kekurangan** pada proses komunikasi persuasif yang PBS lakukan. Secara ide, PBS mengembangkan aktivitas yang kreatif dan lebih menarik untuk *persuadee*. PBS juga menyampaikan narasinya secara *face to face communication* dan non-verbal melalui fashion berkain. Namun peneliti masih melihat kekurangan dari bagaimana PBS menyampaikan pesan secara verbal pada *mediated communication* seperti penggunaan *copywriting* di media sosial serta kurangnya konsistensi dalam melakukan komunikasi dua arah yang interaktif. Padahal media sosial sebagai saluran sendiri memberikan kemudahan untuk berkomunikasi secara dua arah Puntoadi (2011).

SARAN

Walaupun strategi komunikasi persuasif yang PBS lakukan dirasa cukup beragam serta menarik dalam pengaplikasian dan hasil realisasi yang ditimbulkan, perlu diperhatikan lagi untuk

penelitian selanjutnya agar strategi komunikasi baru lainnya dapat digali melalui berbagai sudut pandang. Sehingga nantinya, hasil penelitian dapat memperkaya ragam strategi kegiatan komunikasi yang kreatif dan berkualitas dalam pelestarian produk budaya Indonesia sehingga dapat berhasil diterima dan disukai oleh khalayak

Selain itu, Perkembangan teknologi memudahkan pihak-pihak yang memiliki perhatian akan isu tertentu dalam menyampaikan pesannya pada khalayak. Banyaknya kalangan muda yang mulai menyuarakan perhatian pada isu yang menjadi *concern* mereka menunjukkan jika sebuah inisiatif untuk menyuarakan isu tertentu telah menjadi sebuah trend yang positif. Begitu juga dengan komunitas PBS yang mengadaptasikan hal ini. Meskipun begitu, PBS juga memiliki kekurangan dari beberapa hal seperti pengembangan strategi media sosial. dengan begitu, PBS perlu memaksimalkan media sosial sebagai saluran yang tersedia sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih diterima oleh khalayak. Saran ini juga berlaku pada konsistensi aktivitas media sosial PBS dalam membangun interaksi dua arah yang merupakan keuntungan dari pemilihan media sosial sebagai *channel*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adikara, B . (2021). Anna Mariana Bicara tentang Pentingnya Hari Tenun Nasional. Retrieved from <https://www.jawapos.com/lifestyle/26/10/2021/annamariana-bicara-tentang-pentingnya-hari-tenun-nasional/>
- Andan & Surajaya (Ed.). (2013). Imajinasi Kebudayaan : Kompilasi Pidato Kebudayaan DKJ 1998-2013. Jakarta : Perhimpunan Koalisi Seni
- Creswell, John. (2003). Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Tradition. London: SAGE Publications
- Denpost.id. (2021). Perajin Beralih Profesi, Kain Cagcag Terancam Punah. Retrieved from Denpasar Post : <https://www.denpost.id/news/2021/08/13/592798/perajin-beralihprofesi-kain-cagcag-terancam-punah.html>

- Herawati, N. (2010). *Pesona Batik*. Jakarta: Intan Pariwara.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Newman, W. Laurence. (2003). *Social Research Methods* (5th edition. USA : Pearson Education Inc.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Elex Media Komputindo.
- Rohidi, T. R. (2000). *Kesenian Dalam Pendekatan Kebudayaan*. Bandung : STISI Press
- Soemirat, Soleh, dkk. (2018). *Komunikasi Persuasif*, Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT Alfabet.
- Trismaya, N. (2020). Menafsir Ulang Pemakaian Sneakers Berkain-Kebaya. JSRW (Jurnal Seni rupa Warna), 8(2), 187-197.
- Wesnina. (2020). “Perspektif Generasi Muda Suku Karo Terhadap Kain Tradisional Suku Karo: Sebuah Analisis” Jakarta: Universitas Negeri Jakarta
- Zhao, L., Lu, Y., Wang, B., Chau, P. Y., & Zhang, L. (2012). Cultivating the Sense of Belonging and Motivating User Participation in Virtual Communities: A Social Capital Perspective. *International Journal of Information Management*, 32(6), 574-588.