

Membangun Gen-Z yang Berbudaya dengan Berkain-Berkebaya di Kampus UWM Yogyakarta

Building a Cultured Gen-Z through Wearing Traditional Cloth and Kebaya at UWM Yogyakarta Campus

Dyaloka Puspita Ningrum
Universitas Widya Mataram Yogyakarta, Indonesia
dyalokapuspita@yahoo.co.id

Riwayat Artikel: Dikirim 23 Januari 2024; Diterima 30 Mei 2025; Diterbitkan 31 Mei 2025

Abstrak

Akselerasi budaya asing memang cukup banyak memarginalkan kebiasaan lama masyarakat yang identik dengan makna kearifan, salah satunya pada penggunaan pakaian kedaerahaan “Kain dan Kebaya” dalam konteks kehidupan sehari-hari. Padahal kebaya merupakan busana nasional yang tertuang dalam Keputusan Presiden Nomor 18 Tahun 1972 tentang Djenis-Djenis Pakaian Sipil dan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2010 tentang Keprotokolan. Melirik penggunaan kebaya oleh kelompok perempuan Indonesia saat ini, justru cenderung dapat ditemui dalam beberapa acara formal saja. Seperti halnya dengan keindahan ragam kain nusantara yang juga sudah semakin berjarak dengan masyarakat modern. Disamping masifnya gempuran tren mode dari dunia internasional pun yang terus menjadi faktor lain, terutama terhadap generasi muda. Kelompok sasaran kegiatan ini yaitu Gen-Z yang berusia 18-25 tahun dan merupakan sivitas akademik di lingkungan Universitas Widya Mataram Yogyakarta serta beberapa tamu eksternal yang berasal dari kawasan wilayah Yogyakarta. Kegiatan ini menggunakan metode *talk-show*, tanya-jawab dan simulasi interaktif di antara para tamu undangan. Isi kegiatan meliputi : (1) pameran kain nusantara “Javanese Batik Art Culture, (2) *fashion show* (3) *talk show* dengan judul “Budaya Kontemporer Vs Budaya Lokal dalam Perspektif Kaum Muda”, serta “Apresiasi Kaum Muda dalam Membangun Tren Fashion Berkain Berkebaya”, dan (4) bazar kuliner yang dimeriahkan oleh sejumlah pelaku UMKM lokal. Gen-Z diajak untuk berkolaborasi di media sosial dalam mempopulerkan busana tradisional. Bahkan seluruh tamu undangan terlihat sangat antusias dan ekspresif mengikuti jalannya kegiatan dengan tampil menggunakan *dresscode* “Kebaya”, “Batik”, “Kain Daerah”, serta atribut kebudayaan lokal lainnya dengan warna, motif, dan nilai estetikanya masing-masing.

Kata kunci: Gen-Z, Berkain-Berkebaya, Universitas Widya Mataram Yogyakarta

Abstract

The acceleration of foreign culture has indeed marginalized many people's old habits which are synonymous with the meaning of wisdom, one of which is the use of regional clothing "Kain and Kebaya" in the context of everyday life. Even though the kebaya is national clothing as stated in Presidential Decree Number 18 of 1972 concerning Types of Civil Clothing and Law Number 9 of 2010 concerning Protocols. Looking at the use of kebaya by Indonesian women today, it tends to be found only at a few formal events. As is the case with the beauty of various Indonesian fabrics which are also becoming increasingly distant from modern society. Apart from the massive onslaught of fashion trends from the international world, this continues to be another factor, especially for the younger generation. The target group for this activity is Gen-Z who are 18-25 years old and are academics at Widya Mataram University, Yogyakarta, as well as several external guests who come from the Yogyakarta area. This activity uses talk-show, question-answer and interactive simulation methods among invited guests. The contents of the activities include: (1) Indonesian fabric exhibition "Javanese Batik Art Culture, (2) fashion show (3) talk show with the title "Contemporary Culture Vs Local Culture from the Perspective of Young People", as well as "Young People's Appreciation in Building Fabric Fashion Trends Dressing", and (4) a culinary bazaar which was enlivened by a number of local MSME players. Gen-Z is invited to collaborate on social media to popularize traditional clothing. In fact, all the invited guests looked very enthusiastic and expressive following the activities by appearing using the dress code "Kebaya", "Batik", "Regional Cloth", as well as other local cultural attributes with their own colors, motifs and aesthetic values.

Keywords: Gen-Z, Berkain-Berkebaya, Widya Mataram University Yogyakarta

PENDAHULUAN

Modernisasi sungguh memberikan pengaruh yang begitu dahsyat terhadap kehidupan masyarakat Indonesia. Walaupun pada dasarnya memang setiap masyarakat sangat menginginkan perubahan dan keadaan tertentu kearah yang jauh lebih baik lagi.

Diartikan Matondang (2019) bahwa modernisasi merupakan perubahan sikap, mentalis, pengetahuan, keterampilan dan struktur sosial masyarakat menuju suatu kehidupan dengan tuntutan masa kini yang bersifat preventif dan konstruktif.

Sebagai negara yang multikultur dengan latar belakang tradisi, ritual, kebudayaan, kepercayaan, ataupun sistem pengetahuan yang cukup beragam, tentu Indonesia memiliki tantangan yang amat kompleks dalam menghadapi fenomena tersebut. Secara khusus bahkan konsep kebudayaan yang dituturkan oleh Ki Hajar Dewantara yaitu wujud pendidikan nasional yang perlu di ilhami dari satu generasi ke generasi lain karena “manusia pada hakikatnya mahluk budaya”. Sedangkan, Sagala (dalam Syakhrani, 2022) mendefinisikan budaya adalah suatu konsep yang berkenaan dengan cara manusia hidup, belajar berpikir, merasa, mempercayai, dan mengusahakan apa yang patut dilakukan untuk menggambarkan identitas / citra pada suatu masyarakat.

Masyarakat dan kebudayaan tidak dapat dilepaskan satu sama lain, meskipun nilai-nilai kebudayaan itu juga dapat terancam hilang jikalau tidak diiringi dengan rasa solidaritas dan kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Modernisasi tidak hanya menghasilkan kemajuan material maupun non-material sebagai dampak positif yang dapat dirasakan dalam diri masyarakat, akan tetapi juga dapat memberikan dampak negatif sebagai efek samping yang ironisnya dapat mengganggu keserasian dalam hubungan bermasyarakat.

Perubahan perilaku dan pola pikir hingga terjadinya pergeseran budaya lokal di era baru sekarang, seakan-akan telah menjadi realitas yang tumbuh kian pesat. Disinilah, gaya hidup praktis masyarakat yang lebih modern hadir dan perlahan mulai menyederhanakan nilai-nilai tradisional dari para leluhur terdahulu.

Kondisi tersebut serupa dengan teori fungsionalisme-nya Bronislaw Malinowski (dalam Nahak, 2019) yang mengungkapkan bahwa budaya yang lebih tinggi dan aktif akan mempengaruhi budaya yang lebih rendah dan pasif melalui kontak budaya yang selalu dinamis

Panggung globalisasi yang begitu progresif pun turut membuat sejumlah budaya asing masuk secara bebas dan sulit terfilter, terutama pada tindakan yang sering kali tidak sesuai dengan norma sosial di negeri ini. Hal itu tentu saja berangkat dari penggunaan platform digital yang sifatnya *real time*, sehingga peningkatan konsumsi bermedia dan akses informasi oleh publik seiring waktu cenderung menjadikannya sebagai mahluk yang lebih individualis.

Berdasarkan hasil survei terbaru dari Asosiasi Jasa Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) yang bekerja sama dengan lembaga independen SRA Consulting di tahun 2023, mencatat penetrasi internet dalam negeri terus menjadi kebutuhan masyarakat. Ada sebanyak 215.626.156 jiwa dari total populasi sebanyak 275.773.901 jiwa (78,19 % penduduk), baik pada klasifikasi masyarakat urban /perkotaan maupun masyarakat perdesaan dan daerah tertinggal sudah terkoneksi dengan internet, sebagaimana percepatan program pemerintah terkait transformasi digital di seluruh wilayah.

Dewasa ini, popularitas ekosistem digital ditandai pula dengan semakin sulitnya menemukan bentuk-bentuk heterogenitas budaya lokal yang khas, estetik dan penuh dengan makna kearifan, salah satunya pada kebiasaan publik menggunakan pakaian tradisional “**Kain** dan **Kebaya**” dalam konteks kehidupan sehari-hari. Padahal kebaya itu sendiri merupakan busana nasional yang secara konkret telah tertuang dalam Keputusan Presiden Nomor 18 Tahun 1972 tentang Djenis-Djenis Pakaian Sipil dan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2010 tentang

Keprotokolan (*dalam website resmi CNN Indonesia, diakses Oktober 2023*).

Fenomena perubahan dan pergeseran budaya yang diakibatkan dari pengaruh global ini pun sangat menarik untuk dicermati seabijak mungkin. Walaupun pada bulan Agustus 2023 lalu, kemeriahan acara “Istana Berkebaya” secara resmi dibuka langsung oleh Presiden RI Joko Widodo dengan tujuan untuk dapat menjaga persatuan serta mengajak masyarakat dalam melestarikan budaya bangsa (*dalam website resmi Sekretariat Kabinet RI, diakses Oktober 2023*).

Beberapa pihak penting yang cukup inspiratif hingga publik figur turut dilibatkan dalam kegiatan tersebut untuk kembali mengingat bahwa kebaya sejatinya melambangkan karakter masyarakat Indonesia yang anggun, lemah-lembuh, sopan, dan bersahaja

Menormalisasi penggunaan kebaya oleh kelompok perempuan Indonesia saat ini, justru cenderung hanya dapat ditemui pada keperluan yang tidak biasa, misal: dalam acara pernikahan, wisuda, lamaran, peringatan hari kartini, maupun pada acara formal saja. Seperti halnya dengan keindahan ragam kain nusantara, seperti: batik, ulos, songket, tenun, lurik, ataupun endek, yang juga sudah semakin berjarak dengan masyarakat modern.

Disamping memang gempuran tren mode / fashion dari dunia internasional menjadi faktor lainnya yang lambat laun kian memudahkan unsur lokalitas, terutama pada gaya hidup dan status sosial generasi muda. Di tambah lagi, merebaknya syndrome *Fear of Missing Out* (FOMO) dan perilaku konsumtif publik yang turut membuat sejumlah *brand-brand* impor tersebut mampu menyaingi pasar perdagangan di rumah sendiri.

Bahkan pandangan Pramudi (dalam Aini dkk, 2020) semakin menjelaskan bahwa akselerasi budaya asing akan berpengaruh pada keputusan pembelian masyarakat terhadap produk lokal yang belakangan ini mulai termarginalkan.

Meski keberadaan “Kain ataupun Kebaya” itu sendiri pada prinsipnya memiliki filosofi dan cikal bakal yang diharapkan dapat terus dipahami oleh berbagai kalangan sebagai upaya menjaga peradaban budaya bangsa.

Disinilah pula, perkembangan teknologi modern yang dalam praktiknya telah banyak memfasilitasi proses akulturasi pun, perlu di tata ulang seoptimal mungkin untuk kembali membangun generasi muda yang melekat budaya, termasuk di lingkungan Kampus Universitas Widya Mataram / UWM Yogyakarta.

Tentu saja ada pertimbangan yang matang dalam memilih kampus UWM Yogyakarta sebagai lokasi pada pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini. Berangkat pada Visi “Menjadi Universitas Berbasis Budaya yang Unggul dalam Ilmu Pengetahuan dan Teknologi” (*dalam website resmi Universitas Widya Mataram Yogyakarta, diakses Oktober 2023*), melatarbelakangi ketertarikan ketua pengabdian untuk mengajak sumber daya manusia di dalamnya berpartisipasi secara langsung, khususnya terhadap Generasi Z yang lahir sekitar tahun 2000 – 2010.

Dengan usia yang produktif tersebut, mereka cukup intens, aktif dan mendominasi dalam penggunaan platform digital terkini. Istilah Generasi Z / Gen-Z dalam dekade waktu sekarang, seyogyanya memang telah ramai diperbincangkan oleh banyak orang. Sehingga secara strategis, kelompok itu pun dapat diajak berkolaborasi untuk memperkuat *campaign* dalam pelestarian sekaligus penghormatan terhadap budaya lokal yang berkesinambungan.

Bahkan spirit Gen-Z di media sosial dianggap efektif dalam membangun internalisasi *brand awareness* publik agar tidak mudah tergerus akan kompetitifnya budaya kontemporer yang semakin plural. Maka dari itulah dibutuhkan pendekatan edukatif untuk memotivasi dan mengubah mindset Gen-Z di lingkungan kampus menuju sikap yang lebih percaya diri dalam mengenakan Kain lokal dan Kebaya tradisional dalam keseharian mereka. Sekaligus sebagai bentuk dukungan sivitas akademik dalam gerakan “Kebaya Goes To UNESCO”.

Target Kegiatan

1. Membantu mempromosikan nilai berkain dan berkebaya sebagai busana kebanggaan bangsa Indonesia.
2. Mendorong kalangan perempuan untuk turut serta mengambil peran dalam praktik pelestarian identitas budaya nasional.
3. Dapat melarisi para pelaku usaha lokal yang secara khusus menjual produk kain dan kebaya tradisional.

METODE

Rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di lingkungan Kampus Terpadu Universitas Widya Mataram Yogyakarta yang berlokasi di Jalan Tata Bumi Selatan, Banyuraden, Gamping, Yogyakarta dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Peserta kegiatan yaitu kalangan remaja perempuan dan laki-laki / mahasiswa aktif di Universitas Widya Mataram Yogyakarta serta tamu eksternal yang berusia 18-25 tahun, sebanyak 80 orang.
2. Metode kegiatan diantaranya: *talk-show*, tanya-jawab, simulasi interaktif, serta tim fasilitator membuat campaign kreatif di media sosial instagram dan youtube.
3. Tahapan kegiatan dimulai dengan persiapan konsep kebutuhan, perizinan gedung, penjangkaran partisipan, pelaksanaan, evaluasi hingga penyusunan laporan akhir dengan merujuk pada hasil kegiatan yang telah dilaksanakan secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini telah dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 3 Januari 2024 pada pukul 08.00 hingga 12.00 WIB. Untuk semakin memeriahkan acara kegiatan, ketua pengabdian yang juga merupakan dosen pengampu pada mata kuliah Manajemen Event di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mataram Yogyakarta melakukan kolaborasi dengan kelompok mahasiswa aktif di kelas tersebut yang berjumlah 10 orang.

Hal itu sendiri diinisiasikan sebagai bentuk capaian akhir pembelajaran, dimana mahasiswa diharapkan dapat merealisasikan

sebuah konseptual *event* melalui perencanaan yang matang, penyusunan proposal, penjangkaran *sponsorship*, pengelolaan keuangan, hingga menjalin relasi dengan seluruh *partnership* melalui upaya-upaya kekinian yang kreatif dan komunikatif.

Kemudian secara sepakat tim fasilitator kegiatan pun bersama-sama mengusung acara inti “Banyuraden Art Festival” dengan tema “Harmonisasi Kebudayaan dalam Keberagaman” sebagai hasil akhir *brainstorming* yang tentu saja dilaksanakan di kawasan Pendopo Kampus Terpadu Universitas Widya Mataram Yogyakarta.

Bahkan Dr. As Martadani Noor.,M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik turut mengapresiasi rangkaian acara tersebut, sekaligus membuka jalannya kegiatan yang didampingi pula oleh Rektor, Wakil Rektor 3, maupun beberapa Dosen internal di Program Studi Ilmu Komunikasi.

Uniknya, seluruh tamu undangan yang hadir baik sivitas akademik internal, narasumber, ataupun pihak eksternal, tampil menggunakan *dresscode* “Kebaya”, “Batik”, “Kain Daerah”, serta atribut kebudayaan lokal lainnya dengan corak warna, motif, dan nilai estetikanya masing-masing.

Sehingga esensi tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat dirasakan seeksprusif mungkin oleh semua pihak yang terlibat. Tidak kalah pentingnya juga bahwa, eksistensi busana tradisional yang *stylish* dan menawan di tengah perkembangan dunia mode sekarang, tetaplah dapat digunakan pada aktifitas sehari-hari, baik oleh kalangan perempuan ataupun kaum laki-laki sekalipun.

Pada pertemuan pertama, tim fasilitator kegiatan mengajak para pengunjung untuk foto bersama-sama sekaligus sebagai bahan dokumentasi dalam kegiatan tri dharma perguruan tinggi

ini. Memberikan pendekatan edukatif terhadap Gen-Z memang bukan hal yang sulit, akan tetapi bukan pula langkah yang mudah.

Maka dari itu, susunan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut dituangkan dalam beberapa hiburan menarik diantaranya: (1) pameran kain nusantara “Javanese Batik Art Culture”, (2) *fashion show* “Berkain Berkebaya”, (3) *talk show* dengan tajuk “Budaya Kontemporer Vs Budaya Lokal dalam Perspektif Kaum Muda”, serta “Apresiasi Kaum Muda dalam Membangun Tren Fashion Berkain Berkebaya”, dan (4) bazar kuliner yang dimeriahkan oleh sejumlah pelaku UMKM lokal.

Sesi pembukaan, dilanjutkan dengan menyanyikan lagu Indonesia sebagai semangat nasionalisme dalam proses implementasi penanaman nilai-nilai karakter cinta akan tanah air yang perlu terus ditumbuhkan kembangkan di setiap diri individu sebagaimana upaya nyata menjadi warga negara yang baik.

Disamping, pamor dari lagu Indonesia Raya itu pun, bahkan kian meredup dan tergeser dengan karya musik kontemporer serta lagu-lagu populer dari berbagai *genre* yang terus bertambah sejauh ini. Ramadhania dkk (2023) turut menjelaskan juga bahwa lagu Indonesia Raya sejatinya merupakan lagu perjuangan bangsa yang memiliki peran sosial bagi masyarakat luas, dimana dapat menjadi sarana efektif untuk menghimpun rasa persatuan dan kesatuan dalam menghadapi disintegrasi, melawan korupsi, ataupun radikalisme.

Gambar 1:

Suasana kegiatan pengabdian kepada masyarakat



Sumber: Dokumentasi pribadi

Gambar 2:

Suasana dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada situasi lain untuk semakin memuaskan tamu undangan yang hadir, secara sederhana tim fasilitator menyajikan pameran kain nusantara “Muda Berbudaya” yang cukup memukau. Dengan menampilkan 9 koleksi kain batik yang elok dan beragam sebagai produk kreatif kerajinan daerah, khususnya yang berasal dari Kota Yogyakarta serta Kota Surakarta, baik berupa batik cap, batik tulis ataupun batik printing. Seluruh partisipan bersama-sama diajak untuk kembali memahami makna filosofi yang terkandung dari ragam kain-kain tradisional tersebut, diantaranya dengan motif sebagai berikut: (1) Motif Parang, (2) Motif Parang Rusak, (3) Motif Gurda, (4) Motif Kembang Jlamprang, (5) Motif Tambal, (6) Motif Putri Solo, (7) Motif Ceplok, (8) Motif Truntum Gurda, dan (9) Motif Sekar Jagad.

Gambar 3:

Pameran Kain Nusantara “Javanese Batik Art Culture”



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 4:
Pameran Kain Nusantara “*Javanese Batik Art Culture*”



Sumber: Dokumentasi pribadi

Kemudian pada sesi berikutnya, kegiatan di meriahkan dengan acara *fashion show* “Berkain Berkebaya”. Menampilkan 10 orang peserta kegiatan yang berperan langsung sebagai model dengan mengenakan **kain batik, sorjan, beskap, dan kebaya kutu baru** dalam *fashion show* tersebut, acara ini pun diharapkan dapat meningkatkan *awareness* para tamu undangan jikalau pakem dari kain batik dan kebaya tradisional itu sendiri masih sangat cocok digunakan oleh Gen-Z dalam kehidupan sehari-hari meski di era modern sekarang.

Animo dari seluruh partisipan bahkan terus terlihat ketika menyaksikan pesona dan kharisma yang memukau dari masing-masing model yang berlempak-lempok di pelataran lokasi kegiatan.

Dyaloka Puspita Ningrum, S.I.Kom., M.I.Kom yang merupakan ketua pengabdian turut menjelaskan bahwa *fashion show* semacam ini perlulah didukung oleh semua pihak agar tidak sekedar menjadi ajang musiman semata, termasuk juga sebagai gerakan kolektif untuk mendukung *Kebaya Goes to UNESCO* khususnya oleh kelompok mahasiswa di lingkungan kampus Universitas Widya Mataram Yogyakarta.

Gambar 5:
Peserta Fashion Show Berkain-Berkebaya
Sumber: Dokumentasi Pribadi Tim Fasilitator



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 6:
Fashion Show Berkain-Berkebaya



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada pertemuan ketiga, tim fasilitator kegiatan menyelenggarakan *talk-show* dengan mengusung 2 topik diskusi menarik dan mendatangkan langsung 2 orang narasumber eksternal. Sesi pertama diskusi tersebut diisi pembahasan terkait “Budaya Kontemporer VS Budaya Lokal dalam Perspektif Kaum Muda” oleh Muhammad Ilham Fajar, S.S. yang berprofesi sebagai Abdi Dalem Kapujangga, dan melibatkan Setyo Kartiko sebagai moderator sekaligus merupakan salah seorang mahasiswa aktif dari Program Studi Ilmu Komunikasi.

Secara garis besar, sang narasumber membekali para tamu undangan yang hadir untuk tidak kehilangan identitas diri di tengah isu global yang terus merasuki setiap sendi kehidupan masyarakat. Terutama pada unsur kebudayaan lokal yang memiliki kekhasan, karakter dan bahkan pada prinsipnya membutuhkan kontribusi nyata dari sumber daya manusianya itu sendiri.

Persaingan masifnya budaya kontemporer dengan budaya lokal di era disrupsi sekarang, tentu harus mampu dimbangi oleh kelompok Gen-Z. Bahkan fenomena era informasi yang begitu progresif, dalam hal ini perlu dikuatkan dengan sikap bangga generasi muda untuk menjaga dan memahami produk-produk kebudayaan lokal yang ada.

Dengan memanfaatkan teknologi komunikasi modern seperti *gadget* serta internet, Gen-Z harus dapat mempengaruhi persepsi warganet hingga dunia internasional, bahwasanya penggunaan budaya lokal di tanah air, seperti: cara pandang, bahasa daerah, permainan rakyat, ataupun hasil kerajinan dan kesenian tradisional, sangat dipenuhi nilai eksklusifitas, otentik maupun legendaris apabila dibandingkan dari budaya asing.

Khususnya mengenai urgensi di hari ini dalam menghadapi tantangan negatif atas pertumbuhan modernitas, sebagaimana perumpamaan leluhur masyarakat Jawa “*Dadi Wong Jowo, Ojo Ilang Jowone*” yang memiliki arti “*Jadi Orang Jawa Tidak Boleh Hilang Jawanya*”.

Kemudian pada sesi kedua, diskusi juga dipandu oleh salah satu anggota tim fasilitator yakni Hestina Aulia. Mengangkat topik pembahasan terkait “Apresiasi Kaum Muda dalam Menciptakan Tren Fashion Berkain Berkebaya”, Haura Amalia, S.Pd. yang berprofesi sebagai seorang Konten Kreator pun diapuk menjadi narasumber kegiatan. Di sepanjang jalannya diskusi, Haura berbagi pengalaman dalam menekuni hobi barunya yang justru lebih banyak didapatkan dari aktifitasnya bermedia sosial.

Bahkan dewasa ini, beberapa publik figur, influencer, hingga selebgram sekalipun secara atraktif sudah terus mempopulerkan penggunaan kain dan kebaya di kalangan perempuan muda. Menyoroti tren itulah, Haura mengajak para tamu undangan terutama Gen-Z perempuan untuk membiasakan diri dalam mengenakan kain dan kebaya pada pegaulan sehari-hari, yang tidak hanya digunakan pada momentum istimewa saja seperti: perayaan wisuda, undangan formal /resmi, pernikahan dan sebagainya.

Gambar 7:

Talk Show dengan masing-masing narasumber



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 8:

Talk Show dengan masing-masing narasumber



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Ditambahkan juga oleh sang narasumber bahwa ada banyak gaya unik yang dapat dilakukan kalangan perempuan muda untuk tetap menciptakan kesan anggun, elegan, dan tidak monoton, misal dengan pemilihan aksesoris pendukung yang cukup variatif, mulai dari: hiasan rambut, ikat pinggang, hijab, tas, kalung, sepatu, maupun celana jeans yang dapat dimodifikasi pada penggunaan kain dan kebaya tersebut.

Menurut Stephanie dkk (2021), modifikasi kebaya yang dilakukan akan membawa para penggunanya kepada rasa nyaman dalam memilih pakaian. Kenyamanan merupakan perasaan fisiologis dari pemakai yang memakai pakaian di bawah kondisi lingkungan yang tepat.

Disamping memang modifikasi tersebut tentu berasal dari minat wanita zaman sekarang. Sehingga dalam mengikuti perkembangan *fashion* di masa kini pun tetap dapat berpijak dari nilai tradisional di masa lalu dan tentunya tetap memperhatikan etika berbusana sesuai nilai kesopanan maupun kepantasan yang berlaku di masyarakat Indonesia.

Bahkan dengan meningkatnya keinginan kelompok perempuan muda untuk menggunakan kain dan kebaya, pendekatan ini dapat sejalan dengan upaya melarisi para pedagang lokal dalam negeri.

Selain itu, untuk kian menambah spirit dan rasa percaya diri seluruh tamu undangan yang hadir, narasumber kedua ini turut memberikan tips dalam memilih warna kebaya kutu baru, kebaya encim,

hingga tutorial sederhana dalam menggunakan kain lilit yang beragam dan benar.

Tidak dapat dipungkiri pula bahwa dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, memang mendapatkan sumbangsi dari berbagai pihak. Sejumlah pengisi acara kembali memberikan acara hiburan, meliputi: (1) Akustik Musik oleh Abdullah Jabar, dan (2) Tari Topeng oleh Raka Pramudianta.

Masih di lokasi yang sama, terselenggaranya Bazar Kuliner Nusantara dengan melibatkan para pelaku UMKM lokal yang berasal dari sekitar kampus Universitas Widya Mataram Yogyakarta pun disambut baik oleh seluruh partisipan kegiatan. Sebanyak 10 produk jajanan makanan dan minuman dijual dengan harga yang sangat ekonomis, berkisar Rp 5.000 – Rp 20.000, dan yang paling penting para pelaku UMKM lokal tersebut tidaklah dikenakan biaya untuk bazar kegiatan.

Meskipun diakui oleh ketua pengabdian, ada tata tertib dan ketentuan tertentu yang ditetapkan panitia pelaksana terhadap para peserta bazar guna tetap menjaga aspek kebersamaan, kemeriahaan, serta ramah lingkungan, misal: produk yang dipasarkan tidak boleh sama, peserta bazar wajib kondusif, wajib hadir 30 menit sebelum acara dimulai dan wajib menjaga kebersihan area.

Gambar 9:
Bazar Kuliner oleh UMKM Lokal



Sumber: Dokumentasi pribadi

Gambar 10:
Bazar Kuliner oleh UMKM Lokal



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada sesi terakhir, dan dalam rangka menutup acara Banyuraden Art Festival ini secara keseluruhan, tim fasilitator menyerahkan *doorprize* kepada tamu undangan yang cukup interaktif selama kegiatan berlangsung.

Tidak hanya itu saja, seluruh pihak yang terlibat di dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, diberikan kesempatan untuk mengevaluasi kekurangan maupun keberhasilan dari acara tersebut, terutama berdasarkan tujuan awal yang telah ditetapkan.

Dengan demikian, implementasi pembelajaran khususnya pada Program Studi Ilmu Komunikasi di waktu mendatang dapat terus berjalan sesuai dengan roadmap kegiatan dan menjawab kebutuhan sosial terhadap isu maupun fenomena yang ada di masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini telah terselenggara tanpa adanya kendala. Dengan menggunakan pendekatan komunikasi persuasif, kelompok penerima manfaat diajak untuk lebih percaya diri menggunakan kain daerah dan kebaya tradisional yang mulai meredup eksistensinya.

Gen-Z yang notabene sangat dekat dengan platform digital, haruslah memiliki inisiatif dalam mempopulerkan kembali produk-produk kebudayaan lokal yang ada kepada dunia sebagai keutuhan identitas diri bangsa, bahkan dapat meningkatkan pendapatan devisa negara.

Perkembangan selera mode dan *fashion*, di era sekarang yang amat dinamis tentu dapat dielaborasi dengan berbagai cara modern, unik, dan lebih personal meski tanpa meninggalkan nilai tradisional dari para leluhur dan etika berbusana yang layak dalam norma bermasyarakat.

Sehingga praktik berkain-berkebaya yang menjadi tema besar dalam kegiatan ini pun dapat semakin menepis stigma buruk terhadap hasil kerajinan nusantara yang seiring waktu cenderung dianggap kaku, kuno dan banyak aturan.

Dengan begitu, diharapkan adanya motivasi diri yang tinggi dari kelompok generasi muda hingga khalayak luas untuk menormalisasi kain dan kebaya tersebut sebagai bagian dari gaya hidup. Termasuk adanya juga kampanye kreatif dan berkelanjutan di media sosial oleh para pelaku usaha/bisnis *fashion* untuk memanfaatkan tren yang sedang berkembang sekaligus mampu menciptakan pengalaman berbusana seseorang dengan tetap mengedepankan unsur budaya, seni maupun inovasi.

Serta diharapkan pula, adanya strategi pendekatan yang lebih aplikatif dari para pemangku kebijakan untuk memperkuat praktik pemberdayaan perempuan di berbagai daerah yang tentunya hal ini dapat menginspirasi semua kalangan menjadi Kartini Masa Kini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8 (1), 17-28.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2023. Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>. Diakses pada tanggal 08 Oktober 2023.
- CNN Indonesia. (2019). Melestarikan Kebaya Sebagai Busana Nasional Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190815170518-277-421681/melestarikan-kebaya-sebagai-busana-nasional-indonesia>. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2023
- Keputusan Presiden (KEPPRES) Nomor 18 Tahun 1972 tentang Djenis-Djenis Pakaian Sipil.
- Matondang, A. (2019). Dampak Modernisasi Terhadap Kehidupan Sosial Masyarakat. *Wabana Inovasi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat UISU*, 8(2), 188-194.
- Nahak, H. M. (2019). Upaya melestarikan budaya indonesia di era globalisasi. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(1), 65-76.
- Pramudi, R. Y. (2015). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kosmetik lokal. *Jurnal riset ekonomi dan manajemen*, 15(2), 280-301.
- Ramadhania, A., Geifira, G., & Santoso, G. (2023). Mengenal Lagu Daerah dan Lagu Nasional Republik Indonesia sebagai Pendidikan Multikultural bagi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 2(2), 325-335.
- Saebani, B. A. (2012). Pengantar antropologi. *Bandung: CV Pustaka Setia*.
- Sagala, H. S., & Sos, S. (2016). *Memahami organisasi pendidikan: Budaya dan reinventing, organisasi pendidikan*. Prenada Media.
- Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. 2023. Buka Istana Berkebaya, Presiden : Kebaya Lambangkan Karakter Masyarakat Indonesia. <https://setkab.go.id/buka-istana-berkebaya-presiden-kebaya-lambangkan-karakter-masyarakat-indonesia/> Diakses pada tanggal 09 Oktober 2023.

- Syakhrani, A. W., & Kamil, M. L. (2022). Budaya Dan Kebudayaan: Tinjauan Dari Berbagai Pakar, Wujud-Wujud Kebudayaan, 7 Unsur Kebudayaan Yang Bersifat Universal. *Cross-border*, 5(1), 782-791.
- Tirto.Id. 2023. Macam-Macam Motif Batik Solo dan Makna Filosofisnya. <https://tirto.id/macam-macam-motif-batik-solo-dan-makna-filosofisnya-gQC6>. Diakses pada tanggal 08 Januari 2023.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2010 tentang Keprotokolan.
- Universitas Widya Mataram Yogyakarta. 2023. <https://new.widyamataran.ac.id/>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2023.