

## Strategi Komunikasi Pada Komunitas Perempuan “Selaksabaya” Kabupaten Blitar dalam Memperkenalkan Kebaya di Aplikasi Tiktok

Andiwi Meifilina

Universitas Islam Balitar, Blitar, Indonesia  
Email korespondensi: andiwimeifilina1@yahoo.co.id

### ABSTRAK

Kurangnya antusiasme dari para perempuan di Kabupaten Blitar dalam melestarikan budaya berkebaya, maka Selaksabaya harus memiliki strategi komunikasi untuk memperkenalkan budaya kebaya. Rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana strategi komunikasi Selaksabaya dalam memperkenalkan kebaya menggunakan aplikasi TikTok dan faktor apa saja yang mendukung dan menghambat strategi komunikasi Selaksabaya dalam memperkenalkan kebaya menggunakan aplikasi Tik-Tok. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu dengan menetapkan sejumlah informan dengan kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Model *Hierarchy Effect* yang digunakan adalah untuk menginformasikan (*to inform*) dan membujuk (*to persuade*). Masing-masing fungsi tersebut memiliki tahapan-tahapan tertentu. *To Inform* (menginformasikan) memiliki tiga tahap sedangkan untuk membujuk memiliki empat tahap. Adanya faktor pendukung atau penunjang strategi komunikasi Selaksabaya Kabupaten Blitar dalam memperkenalkan kebaya menggunakan aplikasi TikTok yaitu penggunaan media sosial tidak menggunakan biaya, baik dalam penggunaan aplikasi TikTok, Facebook maupun Instagram. Hal ini membuat lebih mudah untuk mengembangkan bentuk promosi mereka. Faktor penghambat dalam strategi komunikasi adalah kurangnya fasilitas admin media sosial.

**Kata-kata Kunci:** Strategi komunikasi; Selaksabaya Kabupaten Blitar; Promosi kebaya; Aplikasi TikTok

### ABSTRACT

*Women's lack of enthusiasm in the Blitar Regency in preserving the kebaya culture, Selaksabaya must have a communication strategy to introduce the kebaya culture. The formulation of the research problem is how is Selaksabaya's communication strategy in introducing kebaya using the TikTok application and what factors support and hinder Selaksabaya's communication strategy in introducing kebaya using the Tik-Tok application. This type of qualitative descriptive research requires researchers to follow a qualitative research format from beginning to end. The researcher used a purposive sampling technique by determining the number of informants with specific criteria. Data collection techniques in this study use observation, interviews, and documentation. The Hierarchy Effect model used is to inform (to inform) and persuade (to persuade). Each of these functions has certain stages. Inform (inform) has three stages, while influencing has four steps. The existence of supporting factors or supporting the communication strategy of Selaksabaya in Blitar Regency in introducing kebaya using the TikTok application, namely the use of social media does not use costs, both in the use of the TikTok application, Facebook and Instagram. This makes it easier to develop their form of promotion. The inhibiting factor in the communication strategy is the lack of social media admin facilities.*

**Keywords:** Communication strategy; Selaksabaya Blitar Regency; Promoting the kebaya; TikTok app

**Korespondensi:** Andiwi Meifilina, Universitas Islam Balitar, Jl. Majapahit No. 4A, Jawa Timur.  
Email: andiwimeifilina1@yahoo.co.id

## PENDAHULUAN

Munculnya sebuah komunitas merupakan kesamaan bentuk dari persamaan dalam tujuan. Adanya komunitas yang ada di Indonesia saat ini juga memunculkan bentuk-bentuk komunitas yang beraneka macam. Adanya berbagai informasi dari penjuru dunia dapat segera diketahui karena telah tersedia fasilitas yang mendukung dan memadahi. Hal tersebut mengakibatkan banyak informasi dan pemahaman baru yang diketahui oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan keingintahuan akan segala sesuatu hal yang sifatnya aktual. Sebagai makhluk sosial manusia membutuhkan interaksi dengan orang lain dalam lingkungan dan kelompoknya. Untuk melakukan interaksi maka manusia membutuhkan alat yang disebut komunikasi, karena dengan adanya komunikasi manusia bisa berhubungan dengan manusia yang lainnya.

Dengan adanya komunikasi maka manusia dapat menyampaikan pesan dan informasi tentang sesuatu kepada orang lain. Terjadinya komunikasi merupakan konsekuensi hubungan sosial terkait dengan masalah informasi dan komunikasi. Semua manusia membutuhkan informasi dan komunikasi karena di seluruh aspek kehidupan manusia dipengaruhi oleh komunikasi dan informasi sebagai isi pesan akan disampaikan yang disampaikan oleh media massa termasuk di dalamnya tentang tingkat pengetahuan manusia. Media massa yang digunakan dalam menyampaikan informasi meliputi radio, televisi, (internet), majalah dan lain sebagainya. Untuk mengenalkan dan mengajak perempuan kembali mencintai busana kebaya di Kabupaten Blitar, maka pada tanggal 20 September 2020 dibentuklah komunitas perempuan berkebaya di Kabupaten Blitar yaitu Selaksabaya. Komunitas Selaksabaya Kabupaten Blitar ingin mengajak perempuan di Kabupaten Blitar untuk menggunakan kebaya dalam kehidupan sehari-hari dan menunjukkan bahwa berkebaya adalah pakaian yang cantik, indah, dan nyaman dengan dipakai di berbagai acara seperti pernikahan, hajatan, ulatng tahun, rapat resmi dan lain-lain.

Adapun kebaya yang diperkenalkan dari Selaksabaya Kabupaten Blitar yaitu kebaya klasik, kebaya, kebaya Solo, kebaya Yogyakarta dan kebaya modern. Dalam melakukan promosi busana kebaya maka dibutuhkan strategi komunikasi. Promosi berkebaya bukanlah hal yang mudah di tengah fashion hijab dan fashion Korean *style*. Selaksabaya Kabupaten Blitar mempunyai beberapa masalah terutama tentang anggapan perempuan bahwa kebaya itu aneh dan jadul jika digunakan dipakai. Terbukti masih sedikitnya followers Selaksabaya Kabupaten Blitar di media sosial, hal ini dapat menjadi bukti bahwa masyarakat khususnya kaum perempuan belum mengenal komunitas berkebaya Selaksabaya Kabupaten Blitar dan bersimpati terhadap pelestarian kebaya. Sehingga kurangnya antusiasme dari kaum perempuan di Kabupaten Blitar, membuat kebaya Selaksabaya harus mempunyai strategi komunikasi untuk memperkenalkan budaya berkebaya dan melestarikan budaya berkebaya ini.

Selaksabaya Kabupaten Blitar mempunyai relasi yang baik dengan Pemerintah Kabupaten Blitar yaitu DISPARBUDPORA Kabupaten Blitar. Beberapa kali Selaksabaya mengadakan kegiatan dengan Pemerintah Kabupaten Blitar, DISPARBUDPORA Kabupaten Blitar dan media massa seperti Radio Persada Kabupaten Blitar dan media lokal lainnya. Dalam mempromosikan busana kebaya maka Selaksabaya Kabupaten Blitar menggunakan sosial media berupa Tik-Tok, Instagram, Facebook dan You Tube. Sosial media merupakan suatu media yang digunakan untuk mempublikasikan konten antara lain profil dan komentar pengguna. Media Sosial juga dapat memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi pada jejaring sosial di ruang siber (Nasrullah, 2013).

Media sosial seperti Tik Tok menjadi satu-satunya media yang digunakan oleh Selaksabaya Kabupaten Blitar dalam mempromosikan kebaya. TikTok dikenalkan dan diluncurkan pertama kali oleh Zhang Yiming dan dimiliki Bytedance pada bulan September 2016. Pada saat itu banyak yang mengatakan Tik Tok hanya digunakan seorang alayers (Delliusno, 2020). Tik Tok bukan hanya hiburan akan tetapi aplikasi ini dapat digunakan untuk promosi secara efektif kepada *public* dengan cara membuat konten yang lebih modern. Dengan adanya fenomena di atas akan dilakukan kajian yang lebih dalam tentang strategi komunikasi dan mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi pada komunitas perempuan berkebaya Selaksabaya Kabupaten Blitar dalam mempromosikan kebaya dengan menggunakan Aplikasi Tik-Tok.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang mengharuskan peneliti untuk mengikuti format-format penelitian kualitatif dari awal sampai akhir. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang merupakan metode penelitian yang didasarkan filsafat post positivisme dan digunakan untuk meneliti hal-hal pada kondisi objektif dan peneliti menjadi instrumen kunci (Sugiyono, 2002). Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan strategi komunikasi dan faktor pendukung dan penghambat pada komunitas perempuan berkebaya “Selaksabaya” Kabupaten Blitar dalam mempromosikan kebaya dengan menggunakan aplikasi Tik-Tok. Peneliti menggunakan teknik “purposive sampling” dengan menetapkan sejumlah informannya dengan menggunakan kriteria tersendiri. Sedangkan teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa cara yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Selaksabaya Kabupaten Blitar didirikan pada tanggal 20 September 2020 sebagai momentum perempuan yang mencintai seni budaya dan pariwisata. Bahwa Kabupaten Blitar merupakan daerah yang kaya akan seni buda dan pariwisata menjadikan Kabupaten Blitar menjadi daerah tujuan wisata di Provinsi Jawa Timur. Sebagai organisasi perempuan yang merupakan wadah organisasi bagi kaum perempuan yang mencintai seni budaya dan pariwisata Kabupaten Blitar dengan melestarikan kebaya sebagai warisan leluhur bangsa dan sebagai simbol pergerakan perempuan yang mandiri, berdaya, berkarya dan berbudaya di Kabupaten Blitar. Selaksabaya yang memiliki arti berpuluh-puluh perempuan berkebaya yang mencintai seni budaya dan pariwisata Kabupaten Blitar akan terus melestarikan seni budaya dan pariwisata Kabupaten Blitar, menjunjung nilai-nilai luhur, menjaga nilai-nilai kearifan lokal di Kabupaten Blitar untuk menjadikan perempuan di Indonesia lebih maju dan bermartabat. Selaksabaya Kabupaten Blitar merupakan organisasi dibawah GOW, PKK Kabupaten Blitar dan nir-laba. Nilai-nilai Selaksabaya Kabupaten Blitar adalah menjunjung tinggi: 1. Mencintai Seni Budaya 2. Memajukan Pariwisata 3. Keberagaman 4. Kejujuran 5. Kemandirian 6. Kepedulian 7. Kerakyatan 8. Kesetaraan 9. Keterbukaan 10. Persamaan, 11. Persaudaraan sesama perempuan 12. Solidaritas . Visi Selaksabaya Kabupaten Blitar melestarikan budaya berkebaya bagi perempuan di Kabupaten Blitar. Untuk mewujudkan visi tersebut Selaksabaya Kabupaten Blitar mempunyai misi menjadi: 1. Agen untuk memajukan pariwisata Kabupaten Blitar, 2. Kelompok pendukung seni budaya, 3. Kelompok pendukung kebijakan pariwisata Kabupaten Blitar, 4. Pemberdaya hak perempuan, 5. Motivator dan fasilitator generasi muda dalam melestatikan seni budaya di Kabupaten Blitar.

Dalam penelitian ini menggunakan Model Hierarchy Effect, adapun tahapan yaitu *Awareness* (kesadaran), *knowledge* (pengetahuan), *likings* (kesukaan), *preference* (pilihan), *conviction* (keyakinan). Kognitif meliputi apa yang dipikirkan dan diketahui oleh individu mengenai suatu objek. Tahapan kognitif terdiri atas komponen *awareness* (kesadaran) dan *knowledge* (pengetahuan) “Menumbuhkan kesadaran keberadaan sebuah produk dan layanan baru”, sedangkan pengertian *knowledge* (pengetahuan).” Memberikan informasi yang dibutuhkan atau penggunaan sebuah produk dan layanan.” menurut Kennedy dan Soemanegara (Soemanegara, 2006). Setelah pada tahap kognitif yaitu *awareness* dan *knowledge* maka konsumen akan sampai ke tahap efektif. Adapun tahap afektif terdiri dari komponen *likings* (menyukai). *Preference* (pilihan atau memilih) dan *conviction* (keyakinan). *Liking* (menyukai). Pengertian *Preference* (pilihan atau memilih) “ kesukaan dalam arti lebih suka terhadap produk tertentu dari produk lain.”

Penelitian ini Model Hierarchy Effect yang digunakan yaitu menginformasikan (*to inform*) dan mempersuasi (*to persuade*). Fungsi tersebut memiliki beberapa tahapan-tahapan tertentu. *To Inform* (menginformasikan) mempunyai 3 (tiga) tahapan sedangkan *to persuade* mempunyai 4 (empat) tahapan. Dalam tahapan menginformasikan (*to inform*) dilakukan melalui tahapan pertama adalah pengenalan (*eksposure*) pengenalan dilakukan melalui mengupload Tik-Tok yang berisikan foto-foto kegiatan komunitas Selaksabaya Kabupaten Blitar dan video kegiatan komunitas Selaksabaya Kabupaten Blitar. Selain itu juga komunitas Selaksabaya Kabupaten Blitar sering mengupload foto kebaya dalam berkegiatan memberikan informasi-informasi tentang budaya di Kabupaten Blitar, berbagai artikel ditulis di hastag perempuan berkebaya, perembuan berkebaya Blitar dan hastag Selaksabaya kabupaten Blitar. Kemudian komunitas Selaksabaya Kabupaten Blitar membuat poster dan caption dalam membranding komunitas.

Untuk tahapan kedua ini dibuat semenarik mungkin kemudian di masukan dalam aplikasi Tik Tok. Tahap *to inform* adalah mengingat (*recall*) merupakan kegiatan mengingatkan followers dengan sering mengulang poster yang di upload. Tujuannya untuk meningkatkan kesetiaan dari followers dengan *maintainance* dengan cara mengulang-ulang memposting poster kegiatan Selaksabaya kabupaten Blitar. Tahap pertama dari *to persuade* merupakan sikap yang positif (*forable*) bentuk nyata dari menumbuhkan sikap positif meliputi, merespon komentar followers di aplikasi Tik Tok dan juga Facebook serta Instagram untuk mengapresiasi peserta kegiatan komunitas Selaksabaya Kabupaten Blitar. Tahap selanjutnya menumbuhkan perhatian (*attention*). Dengan membuat Tik Tok menari dengan lagu-lagu campursari Jawa dan selain itu juga nama “Jeng” untuk pengikut followers Facebook, memilih caption yang menarik dan memilih foto untuk diupload di Instagram.

Tahap berikutnya ke tiga yaitu *to persuade* adalah mencoba (*trial*), dengan membuat kuis dan membuat kegiatan lomba menari di aplikasi Tik Tok dengan *dress code* kebaya. Tahapan berikutnya mengadakan tutorial penggunaan selendang kebaya di Tik Tok. Tujuan dari strategi komunikasi pengenalan kebaya untuk perempuan di Kabupaten Blitar agar kebaya bisa digunakan setiap hari oleh masyarakat luas. Kedepannya di diharapkan, terutama bagi kaum muda yang harus perlu ditingkatkan kesadarannya dalam melestarikan busana kebaya melalui Selaksabaya Millenial Kabupaten Blitar.

Faktor-faktor yang menjadi penunjang strategi komunikasi di Selaksabaya Kabupaten Blitar dalam mengenalkan kebaya dengan menggunakan aplikasi Tik Tok yaitu penggunaan media sosial tidak menggunakan biaya baik dalam penggunaan aplikasi Tik Tok, Facebook dan Instagram hal ini memudahkan komunitas perempuan berkebaya Selaksabaya Kabupaten Blitar dalam mengembangkan bentuk-bentuk promosinya. Selain itu faktor pendukung kedua yaitu dengan membuat konten yang kreatif dan inovatif, salah satunya menari di aplikasi Tik Tok dengan menggunakan lagu-lagu Campursari Jawa serta menggunakan kebaya yang seragam

untuk menarik followers yang nantinya dapat bergabung menjadi anggota Selaksabaya Kabupaten Blitar. Faktor lain yang mendukung strategi komunikasi di Selaksabaya Kabupaten Blitar dalam mengenalkan kebaya dengan menggunakan aplikasi TikTok bahwa TikTok sangat digemari masyarakat khususnya kaum millennial sehingga kaum muda merasa terinspirasi dengan adanya promosi berkebaya Selaksabaya Kabupaten Blitar.

Sedangkan faktor penghambat dalam strategi komunikasi di Selaksabaya Kabupaten Blitar dalam mengenalkan kebaya dengan menggunakan aplikasi TikTok yaitu kurangnya fasilitas admin media sosial dari Selaksabaya Kabupaten Blitar karena admin media sosial masing menggunakan *hand phone* atau gadget milik pribadinya sehingga menyebabkan kurang maksimalnya dalam pengelolaan media sosial Selaksabaya Kabupaten Blitar yang diakibatkan penuhnya memori dari *hand phone* atau gadget admin media sosial Selaksabaya Kabupaten Blitar. Selain itu struktur organisasi dalam Selaksabaya Kabupaten Blitar harus kuat yaitu dengan menambahkan Divisi bidang media dan publikasi karena selama ini admin media sosial Selaksabaya Kabupaten Blitar masih dikelola oleh Humas (Hubungan Masyarakat) Selaksabaya Kabupaten Blitar.

## SIMPULAN

Adanya faktor-faktor pendukung atau penunjang strategi komunikasi di Selaksabaya Kabupaten Blitar dalam mengenalkan kebaya dengan menggunakan aplikasi TikTok yaitu penggunaan media sosial tidak menggunakan biaya baik dalam penggunaan aplikasi TikTok, Facebook dan Instagram hal ini memudahkan komunitas perempuan berkebaya Selaksabaya Kabupaten Blitar dalam mengembangkan bentuk-bentuk promosinya. Faktor penghambat dalam strategi komunikasi di Selaksabaya Kabupaten Blitar dalam mengenalkan kebaya dengan menggunakan aplikasi TikTok yaitu kurangnya fasilitas admin media sosial dari Selaksabaya Kabupaten Blitar karena admin media sosial masing menggunakan *hand phone* atau gadget milik pribadinya sehingga menyebabkan kurang maksimalnya dalam pengelolaan media sosial Selaksabaya Kabupaten Blitar. Saran yang peneliti tuju kepada komunitas Selaksabaya Kabupaten Blitar agar dapat mengambil tema penelitian yang serupa jika komunitas berkebaya Selaksabaya Kabupaten Blitar menginginkan mempromosikan busana kebaya melalui Tik-Tok, Facebook dan Instagram secara optimal, maka sebaiknya konten dan fitur-fitur yang ada di TikTok, facebook dan instagram dapat dimanfaatkan dengan maksimal.

Seperti konten, fitur dan story di TikTok, Facebook serta Instagram yang dapat digunakan untuk menyiarkan secara langsung kegiatan komunitas berkebaya Selaksabaya Kabupaten Blitar yang sedang dilakukan. Untuk meningkatkan followers di TikTok, Facebook dan Instagram @Selaksabaya Kabupaten Blitar real dan admin Instagram sebaiknya lebih aktif mengupload TikTok, foto dan video sehingga dapat mengimbangi jumlah followers dan postingan yang ada di Facebook perempuan berkebaya Selaksabaya Kabupaten Blitar. Pihak komunitas Selaksabaya Kabupaten Blitar harusnya dapat memfasilitasi gadget bagi admin Instagram dan Facebook. Karena jika mereka mempunyai gadget tersendiri untuk sosial media maka kinerja mereka akan semakin lancar. Selama ini admin menggabungkan antara gadget pribadi dan akun. Instagram dan Facebook. Sehingga sering terjadi beberapa masalah seperti memori penuh dan lain-lain. Meskipun hanya berupa komunitas, akan lebih baik jika komunitas perempuan berkaya Selaksabaya Kabupaten Blitar harus mempunyai struktur organisasi yang kuat karena hal itu dapat menguatkan tanggung jawab antar anggota dan memperjelas *job descriptions* masing-masing anggota untuk pencapaian misi Selaksabaya Kabupaten Blitar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Delliusno. 2020. *Apa itu Tik Tok dan Cara Pemakaiannya*. review.bukalapak.com
- Nasrullah, R. 2013. *Cyber Media*. Yogyakarta: IDE pRESS.
- Soemanegara, J. e. 2006. *Marketing Communication Taktik dan Strategi* . Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer ( Kelompok Gramedia).
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.