



Analisis Followers Generasi Z Terhadap Representasi Kebaya dalam Konten Tiktok @Raniayamin

Sucy Afryana Nasution¹, Chepi Nurdiansyah², Jaka Atmaja³

^{1,2}Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Email : Sucyafrynn02@gmail.com¹, chepi.cnh@bsi.ac.id², jaka.jaj@bsi.ac.id³

Abstrak

Kebaya sebagai warisan budaya Indonesia masih menghadapi tantangan untuk tetap relevan di kalangan Generasi Z. Di tengah perkembangan media sosial, kebaya tidak hanya ditampilkan sebagai busana tradisional, tetapi juga direpresentasikan melalui gaya modern dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana followers Generasi Z memaknai representasi kebaya dalam konten TikTok @raniaayamin berdasarkan teori encoding-decoding Stuart Hall serta mengetahui faktor yang mempengaruhi pemaknaan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis resepsi, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap lima informan yang dipilih secara purposive, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi kebaya yang dibangun Rania Yamin, dipengaruhi oleh latar belakang budaya keluarganya, diterima oleh followers Generasi Z sebagai busana yang tetap memiliki nilai budaya dan relevan digunakan sekarang. Pemaknaan informan menunjukkan dominasi pada posisi dominan, sementara tiga informan juga berada pada posisi negosiasi karena memberikan penyesuaian berdasarkan pengalaman masing-masing. Posisi oposisi tidak ditemukan. Pemaknaan tersebut dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, kebiasaan berpakaian, preferensi konten media sosial, serta pertimbangan kepraktisan dalam menggunakan kebaya. Temuan ini berimplikasi bahwa TikTok dapat menjadi ruang untuk menghadirkan kebaya secara relevan dan dekat dengan kehidupan Generasi Z di era digital.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Representasi Kebaya, Generasi Z

PENDAHULUAN

Kebaya merupakan warisan budaya Indonesia yang memiliki nilai historis, sosial, dan budaya serta merepresentasikan identitas dan karakter perempuan Indonesia (Azzahra et al., 2023). Pengakuan UNESCO pada 4 Desember 2024 terhadap kebaya sebagai Warisan Budaya Takbenda melalui pengajuan bersama Indonesia, Brunei Darussalam, Malaysia, Singapura, dan Thailand semakin menegaskan pentingnya pelestarian kebaya (Kementerian Luar Negeri, 2024). Namun, kebaya masih kerap dipersepsikan sebagai busana formal yang kurang sesuai dengan gaya berpakaian Generasi Z di tengah perkembangan tren fashion modern (Hadi et al., 2024). Dalam konteks ini, media sosial berperan penting dalam membentuk makna kebaya melalui representasi visual dan simbol budaya, sebagaimana dijelaskan Hall (1997). Salah satu

platform yang berpotensi memperkenalkan kebaya kepada Generasi Z adalah TikTok, yang memiliki algoritma personalisasi konten dan jangkauan pengguna yang luas (Boeker & Urman, 2022; Tandrian & Dwihadiah, 2025). Kreator Rania Yamin melalui akun TikTok @raniaayamin menampilkan kebaya sebagai busana yang modern, fleksibel, dan relevan dengan aktivitas sehari-hari tanpa menghilangkan nilai budayanya (Rizana et al., 2024). Meskipun demikian, representasi tersebut tidak selalu dimaknai secara seragam oleh audiens. Menurut Hall (1980), audiens dapat menerima, menegosiasikan, atau menolak pesan media melalui posisi pembacaan dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional. Oleh karena itu, penelitian berjudul “Analisis Followers Generasi Z terhadap Representasi Kebaya dalam Konten TikTok @raniaayamin” dilakukan untuk memahami bagaimana followers Generasi Z memaknai representasi kebaya berdasarkan pengalaman, nilai budaya, dan lingkungan sosial mereka, serta bagaimana pemaknaan tersebut mencerminkan pandangan Generasi Z terhadap kebaya sebagai identitas budaya di era digital.

KAJIAN TEORITIS

1. Teori Representasi Stuart Hall

Teori Representasi Stuart Hall digunakan untuk memahami bagaimana makna dibentuk, disampaikan, dan dimaknai oleh audiens melalui media. Hall (1997) menjelaskan bahwa representasi merupakan proses yang menghubungkan makna, bahasa, dan budaya. Makna tidak secara otomatis melekat pada suatu objek, tetapi terbentuk melalui penggunaan bahasa, simbol, dan tanda yang dipahami dalam konteks sosial dan budaya tertentu. Dengan demikian, representasi berperan penting dalam membentuk cara masyarakat memahami suatu objek, termasuk kebaya sebagai busana tradisional sekaligus identitas budaya Indonesia.

Hall (1997) mengemukakan tiga pendekatan dalam memahami representasi, yaitu pendekatan reflektif, intensional, dan konstruksionis. Pendekatan reflektif memandang bahasa sebagai sarana untuk mencerminkan makna yang telah ada dalam realitas. Pendekatan intensional menekankan bahwa makna berasal dari maksud pembuat pesan. Sementara itu, pendekatan konstruksionis memandang makna sebagai hasil konstruksi sosial dan budaya melalui bahasa, simbol, serta sistem representasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruksionis karena kebaya dalam konten TikTok @raniaayamin tidak hanya ditampilkan sebagai pakaian tradisional, tetapi juga dibentuk sebagai busana yang modern, fleksibel, dan relevan dengan kehidupan

Generasi Z. Makna tersebut dikonstruksi melalui visual, gaya berpakaian, caption, serta narasi yang disampaikan dalam konten (Bahasa et al., 2024).

Selain teori representasi, Hall (1980) mengembangkan model encoding-decoding untuk menjelaskan proses komunikasi antara pembuat pesan dan audiens. Encoding merupakan proses ketika pembuat pesan membentuk makna melalui pemilihan bahasa, simbol, visual, dan narasi tertentu. Sementara itu, decoding merupakan proses ketika audiens menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman, pengetahuan, nilai, serta latar belakang sosial dan budaya yang dimilikinya. Oleh karena itu, makna yang diterima audiens tidak selalu sama dengan makna yang ingin disampaikan oleh pembuat pesan.

Hall (1980) membagi posisi pemaknaan audiens menjadi tiga kategori. Pertama, dominant-hegemonic position, yaitu ketika audiens menerima pesan sesuai dengan makna dominan yang dibangun oleh pembuat pesan. Kedua, negotiated position, yaitu ketika audiens menerima sebagian pesan, tetapi menyesuaikan pemahamannya dengan pengalaman dan kondisi pribadi. Ketiga, oppositional position, yaitu ketika audiens memahami pesan yang disampaikan, tetapi menolak atau memberikan interpretasi yang bertentangan dengan makna dominan tersebut.

Dalam penelitian ini, proses encoding merujuk pada cara Rania Yamin merepresentasikan kebaya sebagai identitas budaya melalui konten TikTok @raniaayamin. Sementara itu, proses decoding merujuk pada cara followers Generasi Z menafsirkan representasi tersebut berdasarkan pengalaman, pengetahuan, nilai budaya, dan lingkungan sosial mereka. Melalui teori representasi Stuart Hall, penelitian ini menganalisis bagaimana audiens memaknai kebaya serta mengidentifikasi posisi pembacaan mereka, baik dominan, negosiasi, maupun oposisi. Teori ini membantu menjelaskan bahwa representasi kebaya di media sosial tidak selalu menghasilkan pemaknaan yang seragam karena audiens memiliki latar belakang dan sudut pandang yang berbeda.

2. Identitas Budaya

Identitas budaya merupakan karakteristik yang membedakan suatu kelompok budaya dari kelompok lainnya sekaligus menegaskan keberadaan dan rasa memiliki individu terhadap kelompok tersebut (Izza et al., 2023). Identitas budaya terbentuk

melalui berbagai unsur, seperti bahasa, adat istiadat, kesenian, tradisi, pakaian, serta nilai-nilai yang diwariskan dari generasi ke generasi. Dalam masyarakat Indonesia yang memiliki keberagaman suku, bahasa, dan kebudayaan, identitas budaya berperan penting dalam mempertahankan kekhasan setiap kelompok sekaligus memperkuat rasa kebersamaan.

Identitas budaya tidak terbentuk secara langsung sejak seseorang dilahirkan, tetapi berkembang melalui proses interaksi sosial dan pengalaman hidup. Identitas tersebut dibangun berdasarkan nilai, simbol, serta atribut budaya yang dianggap penting oleh individu maupun kelompok. Oleh sebab itu, identitas budaya bersifat dinamis karena dapat mengalami perubahan seiring perkembangan zaman, pengaruh lingkungan sosial, globalisasi, dan kemajuan teknologi. Bahasa menjadi salah satu unsur penting dalam pembentukan identitas budaya karena tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mewariskan nilai, kebiasaan, dan pengetahuan budaya kepada generasi berikutnya (Informasi et al., 2024). Sejalan dengan hal tersebut, Pratama (n.d.) menjelaskan bahwa bahasa mencerminkan kebudayaan melalui nilai, pola pikir, dan kebiasaan yang berkembang dalam masyarakat.

Selain melalui bahasa, identitas budaya dapat diwujudkan melalui pakaian tradisional, kesenian, upacara adat, dan berbagai simbol yang memiliki makna tertentu. Perkembangan teknologi digital memberikan ruang baru bagi masyarakat untuk memperkenalkan dan mengekspresikan identitas budaya melalui media sosial. Generasi Z, misalnya, dapat menampilkan budaya lokal dalam bentuk konten kreatif yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari tanpa harus meninggalkan nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya (B, 2023). Dengan demikian, media digital dapat menjadi sarana untuk mempertahankan sekaligus memperbarui cara masyarakat mengenal dan memahami kebudayaan.

Budaya et al. (2025) menjelaskan bahwa identitas budaya dapat dipahami melalui dua aspek, yaitu avowal dan ascription. Avowal merupakan cara individu mendefinisikan atau mengakui identitas budayanya sendiri, sedangkan ascription merupakan identitas yang diberikan atau dipersepsikan oleh orang lain terhadap individu tersebut. Kedua aspek ini menunjukkan bahwa identitas budaya tidak hanya berkaitan dengan cara seseorang memahami dirinya, tetapi juga dengan bagaimana identitas tersebut dikenali dan dinilai oleh lingkungan sosialnya.

Dalam penelitian ini, identitas budaya dikaitkan dengan cara followers Generasi Z memaknai kebaya sebagai bagian dari identitas budaya Indonesia. Kebaya tidak hanya dipahami sebagai busana tradisional, tetapi juga sebagai simbol yang merepresentasikan sejarah, nilai budaya, dan karakter perempuan Indonesia. Melalui konten TikTok @raniaayamin, kebaya ditampilkan dalam gaya yang lebih modern sehingga membuka peluang bagi Generasi Z untuk memahami dan mengekspresikan identitas budaya dengan cara yang sesuai dengan kehidupan mereka. Pemaknaan audiens terhadap kebaya menjadi penting untuk melihat bagaimana identitas budaya dipertahankan, diterima, dinegosiasikan, atau bahkan ditolak dalam lingkungan digital.

3. Kebaya sebagai Identitas Budaya

Kebaya merupakan salah satu busana tradisional Indonesia yang memiliki nilai historis, sosial, dan budaya. Kebaya tidak hanya berfungsi sebagai pakaian, tetapi juga merepresentasikan nilai kesopanan, keanggunan, dan karakter perempuan Indonesia (Pentasari, n.d.). Dalam kehidupan masyarakat, kebaya digunakan dalam berbagai kegiatan adat, upacara budaya, pernikahan, dan acara resmi. Penggunaannya menunjukkan bahwa kebaya memiliki kedudukan penting dalam tradisi serta menjadi salah satu simbol yang melekat pada identitas budaya Indonesia.

Kebaya memiliki sejarah panjang dan berkembang melalui proses pertemuan serta akulturasi berbagai kebudayaan yang masuk ke Nusantara, termasuk pengaruh Arab, Tiongkok, dan Eropa. Seiring perkembangannya, kebaya tidak hanya digunakan oleh kalangan bangsawan, tetapi juga dikenakan oleh berbagai lapisan masyarakat. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa kebaya mengalami penyesuaian dalam bentuk, model, dan penggunaannya sesuai dengan kondisi sosial masyarakat pada masanya (Pentasari, n.d.).

Anggraeni et al. (2024) menjelaskan bahwa kebaya pada masa lalu tidak hanya berfungsi sebagai penutup tubuh, tetapi juga mencerminkan identitas sosial dan budaya pemakainya. Hal tersebut terlihat melalui aturan atau pakem tertentu yang mengatur bentuk, model, dan kelengkapan busana. Dengan demikian, kebaya memiliki makna yang lebih luas daripada sekadar pakaian karena mengandung nilai, norma, dan simbol budaya yang berkembang dalam masyarakat.

Seiring perkembangan zaman, penggunaan kebaya mengalami perubahan. Jika sebelumnya kebaya juga digunakan dalam kehidupan sehari-hari, kini kebaya lebih

sering diasosiasikan dengan acara formal, pernikahan, dan kegiatan budaya tertentu. Persepsi tersebut dapat membuat kebaya dianggap kurang fleksibel untuk digunakan dalam aktivitas sehari-hari, terutama oleh generasi muda yang terbiasa dengan tren fashion modern. Meskipun demikian, perubahan model, desain, dan cara pemakaian menunjukkan bahwa kebaya tetap memiliki peluang untuk beradaptasi dengan perkembangan gaya berpakaian tanpa kehilangan nilai budayanya.

Dalam konteks identitas budaya, kebaya dapat dipahami sebagai simbol yang menghubungkan masyarakat dengan sejarah, tradisi, dan nilai budaya Indonesia. Makna kebaya tidak hanya ditentukan oleh bentuk fisiknya, tetapi juga oleh cara kebaya ditampilkan, digunakan, dan dipahami oleh masyarakat. Ketika kebaya dipadukan dengan gaya berpakaian modern, maknanya dapat berkembang menjadi lebih dekat dengan kehidupan generasi muda. Namun, pemaknaan tersebut dapat berbeda antara satu individu dan individu lainnya, bergantung pada pengalaman, pengetahuan, serta pandangan mereka terhadap budaya tradisional.

Penelitian ini menempatkan kebaya sebagai objek representasi budaya yang maknanya dikonstruksi melalui konten TikTok @raniaayamin. Melalui konten tersebut, kebaya ditampilkan sebagai busana yang dapat digunakan dalam berbagai situasi, tidak terbatas pada acara formal. Penelitian ini kemudian berfokus pada bagaimana followers Generasi Z memaknai representasi tersebut, termasuk apakah mereka menerima kebaya sebagai identitas budaya yang relevan dengan kehidupan modern, menegosiasikan maknanya, atau memiliki pandangan yang berbeda.

4. TikTok sebagai Sarana Komunikasi Rania Yamin

TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna membuat, mengunggah, menonton, dan membagikan konten kepada audiens yang lebih luas. Purwanti (2024) menjelaskan bahwa TikTok banyak digunakan karena mampu menyajikan informasi dan hiburan melalui format video yang singkat, menarik, dan mudah diakses. Karakteristik tersebut menjadikan TikTok sebagai salah satu media digital yang mendukung komunikasi, penyebaran informasi, dan pertukaran pesan dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagai media komunikasi, TikTok memungkinkan pembuat konten menyampaikan pesan melalui perpaduan gambar, video, musik, teks, dan narasi. Susanto (n.d.) menjelaskan bahwa fitur-fitur TikTok mendukung kreativitas dan

interaksi pengguna sehingga pesan dapat disampaikan secara lebih menarik. Selain itu, fitur seperti komentar, like, share, dan repost memungkinkan audiens memberikan respons, menyebarkan konten, serta terlibat dalam pertukaran makna dengan pengguna lainnya.

TikTok juga memiliki karakteristik berupa sistem rekomendasi konten yang menyesuaikan tayangan dengan aktivitas dan preferensi pengguna. Karakteristik ini memungkinkan suatu pesan menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk pengguna yang sebelumnya belum secara khusus mencari informasi tentang topik tersebut. Dalam konteks budaya, mekanisme tersebut membuka peluang bagi kreator untuk memperkenalkan tradisi dan busana lokal kepada masyarakat melalui format yang sesuai dengan kebiasaan konsumsi media digital.

Rania Yamin memanfaatkan TikTok melalui akun @raniaayamin untuk memperkenalkan kebaya dengan menampilkan gaya berpakaian yang memadukan unsur tradisional dan modern. Konten yang disajikan memperlihatkan bahwa kebaya dapat digunakan dalam berbagai aktivitas dan tidak harus selalu dikaitkan dengan acara formal. Melalui pendekatan visual dan gaya penyampaian yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, kebaya ditampilkan sebagai busana yang tetap memiliki nilai budaya sekaligus dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman.

Pemanfaatan TikTok oleh Rania Yamin menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana komunikasi budaya yang membantu membangun pemahaman baru tentang kebaya. Akan tetapi, pesan yang disampaikan melalui konten tidak selalu diterima secara sama oleh seluruh audiens. Setiap follower dapat memberikan pemaknaan berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan pandangan pribadi terhadap kebaya. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya melihat cara Rania Yamin menampilkan kebaya, tetapi juga mengkaji bagaimana followers Generasi Z menafsirkan representasi tersebut menggunakan perspektif encoding-decoding Stuart Hall.

5. Generasi Z

Generasi merupakan kelompok individu yang memiliki kesamaan rentang usia, tahun kelahiran, serta pengalaman sosial dan historis yang turut membentuk pola pikir dan perilakunya. Generasi Z umumnya merujuk pada kelompok yang lahir pada rentang tahun 1997–2012. Generasi ini tumbuh ketika teknologi digital, internet, dan media

sosial berkembang pesat sehingga terbiasa menggunakan perangkat digital untuk mengakses informasi, berkomunikasi, belajar, dan menjalankan berbagai aktivitas sehari-hari. Kedekatan tersebut membuat Generasi Z sering disebut sebagai digital native karena teknologi digital telah menjadi bagian penting dalam kehidupan mereka (Ramadhani, 2025).

Kedekatan dengan teknologi memengaruhi cara Generasi Z berinteraksi dan memperoleh informasi. Media sosial tidak hanya digunakan untuk menjalin hubungan dengan orang lain, tetapi juga sebagai sarana hiburan, mengekspresikan diri, mengikuti perkembangan tren, dan mengenal berbagai isu sosial maupun budaya. Purwanti (2024) menjelaskan bahwa penggunaan media digital menjadi bagian penting dari pola komunikasi Generasi Z. Sementara itu, Kasus et al. (2023) mengaitkan generasi ini dengan kedekatan terhadap inovasi teknologi dan kreativitas dalam memanfaatkan media digital.

Penggunaan teknologi juga memengaruhi kebiasaan Generasi Z dalam mengelola aktivitas sehari-hari, termasuk kecenderungan melakukan beberapa aktivitas secara bersamaan atau multitasking. Kebiasaan tersebut dapat membentuk pola komunikasi yang cepat dan fleksibel, tetapi juga menuntut kemampuan untuk memilih serta memilah informasi yang diterima. April dan Subowo (2021) menjelaskan bahwa keterikatan Generasi Z terhadap teknologi dan perangkat digital turut memengaruhi pembentukan kepribadian mereka. Meski demikian, Generasi Z bukan kelompok yang sepenuhnya seragam karena pengalaman, lingkungan sosial, pendidikan, dan latar belakang budaya setiap individu dapat memengaruhi cara mereka menggunakan media digital.

Dalam konteks budaya, media sosial memberikan kesempatan bagi Generasi Z untuk mengenal, memperkenalkan, dan mengekspresikan kebudayaan melalui konten yang menarik dan mudah diakses. Budaya tradisional dapat disajikan dalam format yang lebih dekat dengan kehidupan generasi muda, misalnya melalui video, foto, gaya berpakaian, dan narasi kreatif. Namun, kedekatan Generasi Z dengan tren modern juga dapat memengaruhi pandangan mereka terhadap budaya tradisional, termasuk persepsi bahwa busana tertentu hanya sesuai digunakan dalam acara formal.

Oleh karena itu, Generasi Z menjadi kelompok yang relevan dalam penelitian mengenai representasi kebaya pada akun TikTok @raniaayamin. Sebagai pengguna media sosial yang terbiasa menerima dan menafsirkan beragam konten visual, mereka

memiliki peluang untuk membangun pemahaman baru tentang kebaya sebagai identitas budaya. Dengan menggunakan teori representasi Stuart Hall, penelitian ini mengkaji bagaimana followers Generasi Z menerima, menegosiasikan, atau menolak makna kebaya yang ditampilkan dalam konten TikTok tersebut berdasarkan pengalaman, pengetahuan, nilai budaya, dan lingkungan sosial masing-masing.

METODOLOGI PENELITIAN

penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan desain analisis resepsi (*reception analysis*) untuk memahami bagaimana Generasi Z memaknai representasi kebaya sebagai identitas budaya dalam konten TikTok @raniaayamin. Pendekatan ini berfokus pada pengalaman, persepsi, dan interpretasi informan, sedangkan paradigma konstruktivis digunakan karena setiap individu memiliki latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman yang berbeda dalam membentuk makna. Penelitian ini mengacu pada teori encoding-decoding Stuart Hall (1980), yang membagi posisi pemaknaan audiens menjadi dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional. Penelitian dilaksanakan secara daring melalui Google Meet dan secara luring di Mall Living World Kota Wisata serta Mall Living World Grand Wisata. Unit analisis terdiri atas teks media berupa video TikTok @raniaayamin yang menampilkan kebaya melalui visual, gaya berpakaian, narasi, dan caption, serta audiens Generasi Z yang pernah menonton konten tersebut. Definisi konseptual penelitian mencakup analisis resepsi, representasi kebaya sebagai identitas budaya, dan Generasi Z sebagai audiens aktif yang memaknai pesan berdasarkan pengalaman serta latar belakang sosial budaya mereka. Pemilihan lima informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu Meitya Azzahra sebagai key informan, serta Azizah Maulidya I, Atiqah Fadula Zakaria, Audia Haditsa, dan Melia Intan sebagai informan. Data dikumpulkan melalui observasi konten dan komentar TikTok, wawancara mendalam, serta dokumentasi berupa tangkapan layar konten dan komentar yang relevan. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk memastikan keabsahan data, penelitian menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan jawaban kelima informan dan triangulasi teknik dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi. Melalui metode tersebut, penelitian diharapkan dapat menggambarkan variasi pemaknaan Generasi Z terhadap representasi kebaya sebagai identitas budaya Indonesia dalam konten TikTok @raniaayamin.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

hasil penelitian mengenai pemaknaan Generasi Z terhadap representasi kebaya sebagai identitas budaya dalam konten TikTok @raniaayamin melalui teori encoding-decoding Stuart Hall (1980). Pada proses encoding, Rania Yamin membangun pesan bahwa kebaya tidak hanya digunakan dalam acara formal, tetapi juga dapat dikenakan dalam aktivitas sehari-hari, seperti berjalan-jalan ke pasar tradisional, menikmati kuliner, dan membuat konten Outfit of The Day (OOTD) maupun Get Ready With Me (GRWM). Rania juga menggabungkan unsur fashion modern dengan pengenalan sejarah keluarga Mangkunegaran dan budaya Kota Solo. Berdasarkan wawancara, para informan menilai bahwa penyajian visual yang menarik, perpaduan pakaian modern, serta cerita budaya membuat kebaya terasa lebih dekat dengan kehidupan Generasi Z. Pada proses decoding, ditemukan dua posisi pemaknaan, yaitu dominant-hegemonic dan negotiated. Posisi dominant-hegemonic terlihat ketika informan menerima pesan Rania bahwa kebaya tetap relevan sebagai identitas budaya dan dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan, beberapa informan mengaku terinspirasi untuk mulai mengenakan kebaya setelah melihat kontennya. Sementara itu, posisi negotiated ditemukan pada Audia, Azizah, dan Melia Intan, yang menerima pesan utama Rania tetapi memberikan catatan berdasarkan pengalaman masing-masing. Audia membutuhkan referensi kebaya untuk perempuan berhijab, Azizah menyoroti konten yang terkadang terlalu berfokus pada endorsement, sedangkan Melia menilai bahwa tidak semua gaya kebaya cocok diterapkan dalam setiap situasi. Adapun posisi oppositional tidak ditemukan karena tidak ada informan yang menolak pesan utama mengenai relevansi kebaya sebagai busana modern dan identitas budaya. Dengan demikian, penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok @raniaayamin mampu memperkenalkan kebaya secara lebih dekat dengan kehidupan Generasi Z, sekaligus mempertahankan nilai budaya yang melekat di dalamnya. Namun, pemaknaan audiens tetap dapat disertai penyesuaian sesuai kebutuhan, pengalaman, dan pandangan pribadi masing-masing informan.

PEMBAHASAN

Pembahasan penelitian ini berfokus pada representasi kebaya sebagai identitas budaya dalam konten TikTok @raniaayamin, pemaknaan followers Generasi Z, serta faktor-faktor yang memengaruhi pemaknaan tersebut. Berdasarkan teori representasi Stuart Hall (1997), kebaya tidak hanya ditampilkan sebagai pakaian tradisional untuk acara formal, tetapi juga

sebagai busana yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari melalui konten OOTD, GRWM, kunjungan ke pasar tradisional, dan aktivitas kuliner di Solo. Representasi tersebut diperkuat dengan perpaduan gaya berpakaian modern dan narasi mengenai sejarah keluarga Mangkunegaran serta budaya lokal, sehingga kebaya dipahami sebagai busana yang memiliki nilai estetika sekaligus identitas budaya yang tetap relevan bagi generasi muda.

Berdasarkan model encoding-decoding Stuart Hall (1980), pemaknaan kelima informan menunjukkan dua posisi pembacaan, yaitu dominant-hegemonic dan negotiated. Posisi dominan terlihat ketika informan menerima pesan bahwa kebaya dapat digunakan dalam berbagai aktivitas dan tetap relevan sebagai identitas budaya. Bahkan, beberapa informan mengaku tertarik mengenakan kebaya setelah melihat konten Rania Yamin. Sementara itu, posisi negosiasi terlihat ketika informan menerima pesan utama tersebut, tetapi memberikan pertimbangan berdasarkan kebutuhan dan pandangan pribadi. Audia membutuhkan referensi kebaya yang sesuai untuk pengguna hijab, Azizah menyoroti konten yang terlalu berfokus pada endorsement, sedangkan Melia Intan menilai bahwa pemilihan model kebaya perlu disesuaikan dengan situasi. Adapun posisi oposisi tidak ditemukan karena tidak ada informan yang menolak pesan utama mengenai relevansi kebaya, meskipun mereka memberikan sejumlah catatan terhadap aspek tertentu dalam konten.

Pemaknaan followers Generasi Z terhadap representasi kebaya juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu pengalaman dan kebiasaan berpakaian, kebutuhan serta kondisi pribadi, tampilan visual dan penyampaian cerita, penilaian terhadap konten promosi, serta kesesuaian penggunaan kebaya dengan situasi. Pengalaman dan kebiasaan berpakaian memengaruhi sejauh mana kebaya dianggap dekat dengan kehidupan sehari-hari, sedangkan kebutuhan pribadi menentukan apakah gaya kebaya yang ditampilkan sesuai untuk diterapkan. Selain itu, visual yang menarik dan cerita budaya membantu informan memahami kebaya tidak hanya sebagai busana, tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya Indonesia. Penilaian terhadap unsur promosi dan pertimbangan situasional menunjukkan bahwa audiens tidak menerima seluruh aspek konten secara pasif, melainkan tetap mengevaluasinya berdasarkan pandangan masing-masing. Dengan demikian, konten TikTok @raniaayamin berperan dalam memperkenalkan kebaya sebagai busana tradisional yang adaptif dan relevan bagi Generasi Z, sementara proses pemaknaannya tetap dipengaruhi oleh pengalaman, kebutuhan, dan penilaian pribadi setiap informan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa representasi kebaya dalam konten TikTok @raniaayamin dibangun melalui perpaduan gaya berpakaian modern, aktivitas sehari-hari, dan cerita mengenai sejarah Mangkunegaran serta budaya Kota Solo. Kelima informan menerima pesan utama bahwa kebaya tetap relevan sebagai identitas budaya Indonesia, dengan posisi dominant-hegemonic terlihat pada penerimaan terhadap pesan utama tersebut dan posisi negotiated pada tiga informan yang memberikan catatan mengenai referensi kebaya berhijab, konten endorsement, dan kesesuaian gaya kebaya dengan situasi tertentu. Sementara itu, posisi oppositional tidak ditemukan karena tidak ada informan yang menolak pesan utama yang disampaikan Rania Yamin. Pemaknaan para informan dipengaruhi oleh pengalaman dan kebiasaan berpakaian, kebutuhan pribadi, tampilan visual, penyampaian cerita, penilaian terhadap konten promosi, serta kesesuaian penggunaan kebaya dengan situasi. Temuan ini menunjukkan bahwa followers Generasi Z memandang kebaya sebagai busana tradisional yang tetap dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, sekaligus memaknai pesan media secara aktif berdasarkan pengalaman masing-masing. Hasil penelitian ini juga memperkuat temuan Rizana et al. (2024) serta Mahdiyyah dan Hendriyani (2025), dengan memberikan tambahan perspektif mengenai cara followers Generasi Z memaknai representasi kebaya di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R., Nurharini, A., Budiarmo, Y. S., & Putri, L. A. (2024). *Analisis Dampak Game Online Terhadap Perubahan Karakter*. 1(June), 17–23.
- April, N., & Subowo, A. T. (2021). *Dunamis : Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani Membangun Spiritualitas Digital bagi Generasi Z*. 5(2), 379–395.
<https://doi.org/10.30648/dun.v5i2.464>
- Azzahra, N. S., Sakinah, A. H., & Ulya, S. (2023). *Kebaya dan Kelas Sosial Wanita Jawa pada Masa Kolonial (1890-1940) : Perspektif Habitus Bourdieu*. 2(2).
- B, G. A. E. (2023). *Globalisasi Budaya , Homogenisasi dan Pengaruhnya terhadap Identitas Budaya Lokal*. 1(2), 71–80.
- Bahasa, A. J., Ayuanda, W., Sidabalok, D., & Perangin-angin, A. B. (2024). *Budaya Jawa dalam Film Primbon : Analisis Representasi Stuart Hall*. 7, 440–449.
- Boeker, M. (n.d.). An Empirical Investigation of Personalization Factors on TikTok. In *Proceedings of the ACM Web Conference 2022 (WWW '22), April 25â•fi29, 2022,*

- Virtual Event, Lyon, France (Vol. 1, Issue 1). Association for Computing Machinery.
<https://doi.org/10.1145/3485447.3512102>
- Informasi, T., Sains, F., & Nias, U. (2024). *BUDAYA DI INDONESIA*. 01(November), 102–107.
- Izza, L. S., Sejarah, P., & Jambi, U. (2023). *Pembentukan dan pencarian identitas budaya indonesia*. 2(1), 160–168.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2024). *Indonesia dan empat negara lainnya berhasil memasukkan kebaya dalam daftar Warisan Budaya Takbenda UNESCO*. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.
- Pratama, A. P. (n.d.). *Peran Penting Bahasa dalam Membentuk Identitas Budaya*.<https://kumparan.com/andikaputrapratama164/peran-penting-bahasa-dalam-membentuk-identitas-budaya-22eHXfIs5Ct>
- Purwanti, S. (2024). *PENGUNAAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA HIBURAN BAGI GENERASI Z*. 07(02), 161–179.
- Ramadhani, O. (2025). *Generasi Z dan Teknologi : Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital*. 3.
- Rizana, A. H., Sumartias, S., & Mirawati, I. (2024). *Revitalizing kebaya in the digital era : Qualitative analysis of Rania Yamin ' s TikTok*. 9(1), 45–69.
- Susanto, D. (n.d.). *MODEL AISAS UNTUK MEMETAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BERDASARKAN KUALITAS KONTEN TIKTOK #RACUNSHOPEE*.
- Tandrian, V., & Dwihadiah, D. L. (2025). *STRATEGI SOCIAL SELLING LIVE STREAMER DALAM PENJUALAN ONLINE DI TIKTOK LIVE LIVE STREAMERS SOCIAL SELLING STRATEGIES IN ONLINE SALES ON TIKTOK LIVE*. 1(2), 81–92.