

# Revitalisasi Batik sebagai Simbol Identitas Nasional dalam Era Globalisasi dan Industri Kreatif Global

Eka Nur Intania,

Program studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
e-mail: 24050110155@student.uin-malang.ac.id

## Kata Kunci:

Batik, Identitas Nasional, Revitalisasi, Industri Kreatif, Keberlanjutan.

## Keywords:

Batik, National Identity, Revitalization, Creative Industry, Sustainability.

## ABSTRAK

Identitas nasional merupakan cerminan nilai-nilai budaya yang khas dan membedakan suatu bangsa dari bangsa lain. Indonesia, sebagai negara kepulauan dengan keberagaman budaya, memiliki batik sebagai salah satu simbol identitas nasional yang telah diakui dunia. Batik ditetapkan sebagai Warisan Budaya Tak benda oleh UNESCO pada tahun 2009, menjadikannya ikon budaya yang harus dilestarikan dan dikembangkan. Di era globalisasi, revitalisasi batik menjadi penting agar tetap relevan dan kompetitif dalam industri kreatif global. Revitalisasi ini melibatkan pelestarian nilai-nilai

tradisional sekaligus inovasi dalam desain, produksi, dan pemasaran. Generasi muda perlu diberdayakan melalui pendidikan yang menyentuh aspek historis, filosofis, dan sosial batik. Selain itu, kolaborasi lintas sektor antara pengrajin, desainer, akademisi, pemerintah, dan pelaku industri kreatif menjadi kunci penguatan ekosistem batik nasional. Tantangan seperti maraknya produk imitasi, rendahnya perlindungan hukum, serta ketidaktahuan konsumen terhadap batik asli menjadi sorotan penting dalam upaya revitalisasi. Penggunaan media sosial dan digitalisasi proses produksi membuka peluang promosi global dan efisiensi bisnis batik. Di samping itu, keberlanjutan lingkungan juga harus diperhatikan dengan mengedepankan proses produksi ramah lingkungan. Dengan demikian, revitalisasi batik tidak hanya menjaga warisan budaya, tetapi juga menjadikannya bagian dari gaya hidup global yang berkelanjutan. Batik yang hidup dan adaptif menjadi simbol keindonesiiaan yang mampu bersaing dan eksis di panggung dunia.

## ABSTRACT

National identity is a reflection of unique cultural values that distinguish a nation from other nations. Indonesia, as an archipelagic country with cultural diversity, has batik as one of the symbols of national identity that has been recognized by the world. Batik was designated as an Intangible Cultural Heritage by UNESCO in 2009, making it a cultural icon that must be preserved and developed. In the era of globalization, revitalizing batik is important to remain relevant and competitive in the global creative industry. This revitalization involves preserving traditional values as well as innovation in design, production, and marketing. The younger generation needs to be empowered through education that touches on the historical, philosophical, and social aspects of batik. In addition, cross-sector collaboration between craftsmen, designers, academics, government, and creative industry players is key to strengthening the national batik ecosystem. Challenges such as the rise of imitation products, low legal protection, and consumer ignorance of authentic batik are important highlights in revitalization efforts. The use of social media and digitalization of the production process open up opportunities for global promotion and efficiency of the batik business. In addition, environmental sustainability must also be considered by prioritizing environmentally friendly production processes. Thus, the revitalization of batik not only preserves cultural heritage, but also makes it part of a sustainable global lifestyle. Living and adaptive batik becomes a symbol of Indonesianness that is able to compete and exist on the world stage.

## Pendahuluan

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang telah diakui dunia. Batik tidak hanya sekadar kain bermotif indah, melainkan juga simbol budaya yang



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

merepresentasikan identitas nasional Indonesia. Setiap motif batik mengandung nilai-nilai filosofis, sejarah, dan kearifan lokal dari berbagai daerah di Nusantara. Keberagaman motif batik mencerminkan kekayaan budaya bangsa yang plural dan inklusif, sekaligus memperkuat rasa memiliki terhadap warisan leluhur. Pengakuan UNESCO terhadap batik sebagai warisan budaya tak benda dunia pada tahun 2009 semakin mempertegas posisi batik sebagai simbol identitas nasional yang diakui secara global. UNESCO mengakui batik sebagai warisan budaya dunia yang berasal dari Indonesia karena memenuhi berbagai kriteria, termasuk kekayaan simbol dan filosofi kehidupan masyarakat Indonesia. Dengan pengakuan ini, batik menjadi warisan yang tak dapat digantikan, dan tidak ada negara lain yang dapat mengklaim hak atas batik (Anliwiarta et al., 2024). Pengakuan ini sekaligus menjadi pengingat akan pentingnya melestarikan kekayaan tradisi lokal, serta mendorong masyarakat Indonesia untuk semakin bangga menggunakan dan mengembangkan batik dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari busana, seni, hingga pendidikan dan diplomasi budaya di kancah internasional. Identitas nasional terbentuk dari dua kata, yaitu “identitas” dan “nasional.” Secara sederhana, identitas merujuk pada ciri-ciri, jati diri, atau tanda yang melekat pada individu dan membantu membedakannya dari yang lain. Sementara itu, “nasional” menunjukkan identitas yang dimiliki oleh kelompok yang terikat oleh kesamaan budaya, agama, fisik, keinginan, atau cita-cita. Jadi, secara etimologis identitas nasional dapat diartikan sebagai kepribadian atau jati diri suatu bangsa yang membedakannya dari bangsa lain (Faslah, 2024). Apabila bangsa Indonesia memiliki identitas nasional maka bangsa lain akan dengan mudah mengenali dan mampu membedakannya dengan bangsa lain (*Pendidikan Pancasila Untuk Perguruan Tinggi*, 2016).

Sebagai identitas nasional, batik menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Batik dipakai dalam berbagai kesempatan resmi, seperti upacara kenegaraan, pernikahan, hingga seragam sekolah dan kantor, yang menegaskan posisinya sebagai lambang kesatuan dan kebanggaan nasional. Penggunaan motif-motif tertentu inilah yang mengungkapkan bagaimana masyarakat menggunakan batik sebagai alat komunikasi non-verbal untuk mengekspresikan identitas, status sosial, harapan, dan doa. Setiap elemen motif dan warna dalam batik membawa konotasi atau makna yang berbeda. Dengan demikian, batik adalah teks visual yang mengandung pesan-pesan budaya yang dapat dibaca dan ditafsirkan melalui kode-kode budaya tertentu (Inovasi & Kreativitas, 2024). Pemerintah juga menetapkan Hari Batik Nasional setiap tanggal 2 Oktober untuk memperingati pengakuan dunia terhadap batik Indonesia. Penggunaan batik oleh berbagai kalangan, baik di dalam maupun luar negeri, menunjukkan bagaimana batik telah menjadi representasi budaya Indonesia yang mendunia.

Di tengah era globalisasi yang membawa arus budaya luar masuk secara masif, posisi batik sebagai simbol identitas nasional semakin penting untuk ditegaskan kembali. Globalisasi dan perkembangan industri kreatif global telah menciptakan tantangan sekaligus peluang bagi pelestarian budaya lokal, termasuk batik. Di satu sisi, globalisasi dapat mengikis nilai-nilai lokal karena adanya homogenisasi budaya. Namun, di sisi lain, era ini juga menyediakan ruang bagi budaya lokal untuk tampil dalam panggung global melalui inovasi, kolaborasi, dan pemanfaatan teknologi semaksimal mungkin (Appadurai, 1949). Oleh karena itu, revitalisasi batik menjadi strategi penting

untuk mempertahankan eksistensinya di tengah kompetisi budaya yang semakin intens. Tanpa upaya pembaruan dan pelestarian, keragaman motif serta keterampilan membuat batik terancam memudar seiring perubahan selera dan pengaruh budaya global.

Revitalisasi batik tidak hanya berkaitan dengan pelestarian motif dan teknik, tetapi juga menyangkut pembaruan dalam konteks desain, pemasaran, serta peran pelaku industri kreatif. Generasi muda sebagai pelaku utama industri kreatif saat ini perlu dilibatkan secara aktif dalam mengembangkan batik agar tetap relevan dengan selera dan dinamika pasar global yang bersifat temporer. Upaya mempromosikan batik di kancah internasional juga menjadi bagian penting dari strategi revitalisasi. Penggunaan batik dalam ajang-ajang mode dunia, kerja sama internasional, hingga diplomasi budaya merupakan langkah-langkah konkret yang dapat memperkuat posisi batik sebagai simbol identitas nasional. Keunikan batik sebagai produk budaya khas Indonesia menjadi kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk membangun citra positif bangsa di mata dunia.

## Pembahasan

Menurut Kaelan, identitas nasional pada hakikatnya adalah manifestasi nilai-nilai budaya yang tumbuh dan berkembang dalam aspek kehidupan satu bangsa (nation) dengan ciri-ciri khas, dan dengan ciri-ciri yang khas tadi suatu bangsa berbeda dengan bangsa lain dalam kehidupannya (Kaelan, 2007). Jika suatu bangsa tidak memiliki identitas nasional, maka negara tersebut akan sulit dikenal oleh bangsa lain. Indonesia sebagai negara kepulauan dengan ribuan suku bangsa memiliki kekayaan budaya yang luar biasa. Salah satu warisan budaya yang telah diakui dunia adalah batik. Batik menjadi wujud dari identitas nasional dan telah diakui sebagai Warisan Budaya Tak benda oleh UNESCO pada tahun 2009 dan mempererat posisinya sebagai simbol identitas nasional Indonesia. Revitalisasi batik menjadi penting mengingat tantangan yang dihadirkan globalisasi dan penetrasi budaya asing yang bisa menggerus nilai-nilai lokal. Revitalisasi di sini bukan sekadar pelestarian bentuk dan motif batik tradisional, tetapi juga mencakup transformasi batik agar mampu bersaing dalam industri kreatif global. Artinya, batik harus mampu beradaptasi dengan selera pasar internasional tanpa kehilangan esensi budaya lokal yang menjadi jati dirinya dan mempertahankan eksistensinya. Di era globalisasi, batik tidak hanya menjadi simbol budaya, tetapi juga bagian dari industri kreatif global yang kompetitif. Dalam konteks ini, batik memiliki potensi besar sebagai produk bernilai tinggi karena kekayaan motif, filosofi, dan teknik pembuatannya. Para pelaku industri mode dan desainer lokal telah banyak mengeksplorasi batik dalam bentuk modern, seperti fashion kontemporer, aksesoris, hingga produk interior. Inovasi ini memberikan nafas baru bagi batik agar tetap relevan dalam era modern. Tetapi, industri kreatif di Indonesia masih bersifat infant, sehingga perlu difasilitasi agar dapat tumbuh dan berkembang menjadi industri yang lebih kuat (Mukaffi, Zaim, M. Nanang Choiruddin, 2019)

Revitalisasi batik harus dimulai dari pendekatan edukatif. Penguatan pemahaman generasi muda tentang nilai historis dan simbolik batik dapat dilakukan melalui kurikulum pendidikan, workshop, dan kampanye budaya. Pendidikan tidak hanya

mengajarkan cara membuat batik, tetapi juga harus menjelaskan narasi di balik motif, makna warna, dan fungsi sosial batik dalam berbagai konteks budaya di Indonesia. Dengan demikian, generasi muda tidak sekadar menjadi konsumen budaya, tetapi juga agen pelestari dan inovator yang membawa batik tetap relevan di era modern. Upaya revitalisasi juga dapat dilakukan melalui inovasi desain yang tetap menghormati akar tradisional. Banyak desainer muda Indonesia kini mencoba memadukan motif batik klasik dengan gaya kontemporer, menciptakan tren busana yang tidak hanya menarik pasar lokal tetapi juga global. Misalnya, penggunaan batik dalam produk ready-to-wear, aksesoris, hingga *home decor* menunjukkan bahwa batik mampu beradaptasi dengan selera zaman tanpa kehilangan esensinya. Dalam konteks industri kreatif global, kolaborasi lintas sektor menjadi kunci penting dalam revitalisasi batik. Kolaborasi antara pengrajin tradisional dengan pelaku industri kreatif seperti desainer, pebisnis, akademisi, dan pemerintah dapat menghasilkan ekosistem yang mendukung pelestarian sekaligus pengembangan batik secara berkelanjutan. Pemerintah Indonesia melalui Badan Ekonomi Kreatif dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dapat berperan sebagai fasilitator, membuka akses pasar, memberikan pelatihan kewirausahaan, serta menjamin perlindungan hukum atas hak kekayaan intelektual produk batik.

Salah satu tantangan utama dalam revitalisasi batik adalah maraknya produk imitasi dari luar negeri yang dijual dengan harga murah namun mengusung motif batik. Fenomena ini tidak hanya merugikan produsen batik lokal, tetapi juga mengancam keaslian dan nilai budaya batik Indonesia. Oleh karena itu, regulasi perlindungan hukum, seperti penguatan label batik tulis dan cap asli Indonesia, serta kampanye publik tentang pentingnya membeli batik otentik, sangat diperlukan. Perlindungan ini juga menjadi bentuk penghargaan terhadap kerja keras para pengrajin batik yang menjaga tradisi secara turun-temurun. Media sosial dan teknologi digital juga memainkan peran penting dalam revitalisasi batik. Melalui platform digital, batik dapat dipromosikan secara luas, menembus batas geografis, dan menjangkau audiens internasional. Selain itu, digitalisasi proses produksi dan pemasaran memungkinkan pengrajin batik untuk lebih efisien dalam memproduksi serta memperluas jangkauan pasarnya. Strategi digital ini menjadikan batik sebagai bagian dari gaya hidup global tanpa menghilangkan identitas lokalnya. Lebih jauh, revitalisasi batik juga harus mempertimbangkan aspek lingkungan dan keberlanjutan. Proses produksi batik yang ramah lingkungan seperti penggunaan pewarna alami, pengolahan limbah cair, dan pengurangan penggunaan bahan kimia berbahaya harus diprioritaskan. Keberlanjutan menjadi nilai tambah bagi batik dalam pasar global yang semakin sadar terhadap isu lingkungan. Produk batik yang berkelanjutan tidak hanya menjawab tantangan ekologis, tetapi juga menjadi daya tarik tersendiri di mata konsumen dunia.

Dengan demikian, revitalisasi batik sebagai simbol identitas nasional tidak hanya berarti mempertahankan tradisi, tetapi juga menjadikan batik sebagai bagian integral dari dinamika industri kreatif global. Batik yang direvitalisasi bukanlah batik yang kaku dan terperangkap masa lalu, melainkan batik yang hidup, berkembang, dan terus relevan di masa depan. Melalui sinergi antara pelestarian budaya dan inovasi kreatif, batik dapat terus berkibar sebagai representasi keindonesiaan dalam lanskap budaya global yang terus berubah.

## Kesimpulan dan Saran

Revitalisasi batik merupakan langkah strategis untuk menjaga eksistensi batik sebagai simbol identitas nasional Indonesia di tengah arus globalisasi. Batik bukan hanya warisan budaya, tetapi juga aset industri kreatif yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Upaya pelestarian ini tidak cukup hanya pada aspek tradisional, tetapi harus menyentuh transformasi batik agar mampu beradaptasi dengan tren global tanpa kehilangan nilai-nilai lokal yang menjadi jati dirinya. Pentingnya edukasi menjadi fondasi utama dalam revitalisasi batik, terutama untuk menumbuhkan kecintaan dan pemahaman generasi muda terhadap filosofi dan sejarah batik. Selain itu, inovasi dalam desain serta pemanfaatan teknologi digital menjadi kunci agar batik bisa bersaing di pasar internasional. Kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, pengrajin, desainer, akademisi, dan pelaku usaha, juga mutlak diperlukan untuk menciptakan ekosistem industri batik yang berkelanjutan. Untuk mendukung revitalisasi batik secara menyeluruh, pemerintah dan institusi pendidikan perlu mengintegrasikan materi tentang batik dalam kurikulum dan program pelatihan kewirausahaan berbasis budaya. Perlindungan hukum terhadap keaslian batik juga harus diperkuat, sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membeli produk otentik. Terakhir, pengembangan batik ramah lingkungan harus menjadi prioritas agar batik tidak hanya relevan secara budaya dan ekonomi, tetapi juga menjawab tantangan keberlanjutan di era modern.

## Daftar Pustaka

- Anliwiarta, Z., Surya, E. A., & Naurah, J. (2024). *Pemberdayaan UMKM Batik Melalui Edukasi Pemasaran Digital*. 7, 1723–1729. <http://repository.uin-malang.ac.id/19547>
- Appadurai, A. (1949). *Modernity at large : Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press.
- Faslah, R. (2024). *Identitas Nasional, Geostrategi, dan Geopolitik*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. <http://repository.uin-malang.ac.id/20872/>
- Inovasi, J., & Kreativitas, D. A. N. (2024). *EKSPRESI KEBUDAYAAN DALAM BATIK : ANALISIS PENULISAN DAN MOTIF CULTURAL EXPRESSION IN BATIK : AN ANALYSIS OF WRITING AND MOTIFS*. 4(September), 43–54.
- Kaelan, Z. A. dan. (2007). *Pendidikan Kewarganegaraan Untuk Perguruan Tinggi (1st ed.)*. Paradigma.
- Mukaffi, Zaim, M. Nanang Choiruddin, S. A. (2019). *Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal (Studi Pada Sentra Industri Kerajinan Batik Banyuwangi)*. 2. <http://repository.uin-malang.ac.id/4957>
- Pendidikan Pancasila untuk Perguruan Tinggi*. (2016). Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia.