

Kebudayaan tradisional: eksistensi batik dalam era digital

Amaliya Nadhifah

Program studi Sastra Inggris, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Email: nadhifa1607@gmail.com

Kata Kunci:

ekstensi; batik; digital; produksi; budaya.

Keywords:

extension; batik; digital; production; culture.

ABSTRAK

Batik merupakan bentuk budaya tradisional asal Indonesia yang menggunakan teknik tertentu untuk menghias kain dengan pola atau motif yang dibuat menggunakan lilin dan pewarna. Budaya ini telah diakui oleh Unesco sebagai warisan budaya dunia sejak tahun 2009. Di era digital, perkembangan batik mengalami transformasi dalam industri tradisional yang mulai memanfaatkan teknologi untuk memperkuat daya saing dan keberlanjutan. Sebagai salah satu kekayaan budaya Indonesia, batik sekarang dapat dijangkau oleh pasar global lewat berbagai platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan perangkat lunak desain digital. Inovasi teknologi ini menciptakan peluang bagi para perajin batik

untuk memasarkan karya mereka kepada pembeli di seluruh dunia dengan harga yang lebih bersaing dan jangkauan yang lebih luas. Selain itu, kemajuan digital juga berimbas pada cara produksi batik. Artikel ini bertujuan untuk membahas pengaruh digitalisasi terhadap industri batik, terutama dari sisi inovasi peningkatan produk, dan perubahan perilaku konsumen. Perkembangan di era batik digital mengubah cara masyarakat mengonsumsi dunia internet, sehingga memudahkan mereka dalam menemukan dan membeli batik. Teknik pewarnaan dan desain manual kini dapat disederhanakan oleh aplikasi desain grafis, teknik pencetakan digital yang meningkatkan efisiensi pembuatan. Dengan penerapan teknologi, industri batik tidak hanya menjaga keaslian warisan budaya, tetapi juga beradaptasi dengan perkembangan tren pasar yang terus berubah.

ABSTRACT

Batik is a traditional culture form from Indonesia that uses certain techniques to decorate fabrics with patterns or motifs made using wax and dyes. This culture has been recognized by Unesco as a world cultural heritage since 2009. In the digital era, the development of batik has undergone a transformation in traditional industries that have begun to utilize technology to strengthen competitiveness and sustainability. As one of Indonesia's cultural riches, batik can now be reached by the global market through various digital platforms such as e-commerce, social media, and digital design software. This technological innovation creates opportunities for batik artisans to market their work to buyers around the world at more competitive prices and wider reach. In addition, digital progress has also had an impact on the way batik is produced. This article aims to discuss the impact of digitalization on the batik industry, especially in terms of product improvement innovation, and changes in consumer behavior. Developments in the digital batik era have changed the way people consume the internet world, making it easier for them to find and buy batik. Manual coloring and design techniques can now be simplified by graphic design applications, digital printing techniques that increase manufacturing efficiency. By implementing technology, the batik industry not only maintains the authenticity of cultural heritage, but also adapts to the development of ever-changing market trends.

Pendahuluan

Batik adalah harta budaya Indonesia yang diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Budaya Takbenda pada tahun 2009 dan memiliki sejarah yang panjang dengan berbagai



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.

cerita dan latar yang mendalam. Batik telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, terutama di pulau Jawa, selama berabad-abad. Sejarah awal batik dimulai pada masa kerajaan di Jawa, di mana kain batik dipakai oleh kalangan aristokrat sebagai lambang status sosial. Setiap desain batik memiliki makna tertentu, yang meliputi simbol kekuatan, keberanian, dan kebahagiaan. Desain-desain batik pada masa itu mencerminkan kebijakan lokal dan filsafat hidup masyarakat Jawa. Salah satu desain yang terkenal adalah desain "parang" yang mewakili kekuatan dan keberanian. Proses pengembangan batik mengalami kemajuan pesat selama zaman penjajahan Belanda, di mana batik tidak hanya digunakan dalam aktivitas sehari-hari, tetapi juga menjadi barang dagangan yang sangat berharga.

Seiring dengan kemajuan teknologi, batik semakin dikenal luas. Para pelaku usaha batik dari berbagai daerah tidak berdiam diri. Mereka mulai memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar, mengenalkan produk mereka ke tingkat internasional, dan mempertahankan keberadaan batik dalam pandangan generasi muda. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee, telah menjadi etalase virtual bagi para pengrajin batik. Selain aspek penjualan, pembelajaran mengenai batik sekarang juga tersedia dalam bentuk online. Berbagai komunitas dan institusi pelatihan telah membuka kelas pembelajaran membatik secara daring yang dapat diikuti oleh siapa saja dari berbagai penjuru dunia. Ini hal bijak untuk memperkenalkan batik sebagai budaya yang hidup dan berkembang, sehingga eksistensinya tetap terlihat. Bahkan, beberapa perancang muda mulai menggabungkan teknologi digital dengan seni batik melalui pemanfaatan cetak digital dan desain grafis kontemporer, tanpa mengorbankan keaslian motif tradisional.

Dalam usaha untuk meningkatkan inovasi batik di zaman digital yang selalu berubah, terdapat beberapa faktor yang mengalami transformasi. Salah satu faktor tersebut adalah sudut pandang konsumen tentang pembelian barang secara daring. Dalam konteks ini, pandangan konsumen dapat memberikan dampak baik atau buruk terhadap keberlangsungan batik di era digital saat ini. Perhatian terhadap hal ini sangat krusial karena dapat mempengaruhi lebih besar dari yang dibayangkan. Dalam upaya memperbaiki kreativitas batik di era digital yang terus berkembang, ada sejumlah elemen yang telah berubah. Salah satu elemen tersebut adalah cara pandang pembeli mengenai belanja online. Dalam hal ini, cara pandang konsumen bisa memiliki pengaruh positif atau negatif terhadap keberlanjutan batik di zaman digital sekarang. Kepedulian terhadap aspek ini sangat penting karena bisa berdampak lebih besar dari yang kita pikirkan.

Pembahasan

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang kaya akan nilai seni. Nilai tersebut terlihat dari beragam motif batik yang masing-masing memiliki makna tersendiri. Batik berasal dari zaman kerajaan di Jawa, di mana kain batik dipakai oleh kalangan elit sebagai simbol status sosial. Selain itu, batik adalah salah satu kekayaan budaya Indonesia yang diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Budaya Tak Benda pada tahun 2009. Batik adalah bagian penting dari warisan budaya yang sangat terkait dan menjadi ciri khas budaya Indonesia. Bahkan, batik dianggap sebagai lambang budaya

Indonesia, sehingga masyarakat Indonesia harus memastikan eksistensi batik tetap ada agar tidak lenyap oleh kemajuan teknologi modern. Khususnya bagi generasi muda atau Gen Z yang memiliki kemampuan menggunakan berbagai teknologi, termasuk media sosial atau platform online untuk membantu menjaga keberadaan batik di era digital.

Saat ini, batik perlu mampu menghadapi perubahan selera masyarakat. Batik diharapkan dapat menanggapi permintaan dan kebutuhan masyarakat terhadap produk-produk baru yang sesuai dengan keinginan mereka. Selain dari kebutuhan pada mode dan perabot rumah yang selalu berubah, ada juga kebutuhan akan karya-karya yang dapat memberikan kepuasan emosional. Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi dan kreasi dalam menciptakan karya baru untuk memenuhi harapan konsumen dan pasar. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen di pasar, aspek yang sangat diperhatikan adalah mutu barang. Mutu barang merupakan salah satu dari banyak faktor krusial dalam mengelola sebuah bisnis. Tingkat kepuasan konsumen dan masa depan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh mutu barang. Produk dengan mutu tinggi dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin tinggi loyalitas pelanggan, suatu usaha akan berkembang dengan sendirinya. Kualitas barang merupakan karakteristik tertentu yang dapat memenuhi harapan pembeli. Terdapat tujuh dimensi yang menilai kualitas suatu barang, yaitu 1) Performa; 2) Konsistensi; 3) Keunikan; 4) Kesesuaian; 5) Ketahanan; 6) Kemampuan untuk memberikan layanan; 7) Keindahan. Semua tujuh dimensi ini perlu diperhatikan dengan serius untuk meningkatkan kualitas suatu barang dalam aspek penjualan dan agar lebih menarik bagi konsumen untuk membeli barang yang kita tawarkan.

Inovasi Peningkatan Produksi Batik

Selain memperhatikan mutu produk, kita juga perlu terus berusaha mencari inovasi desain yang lebih modern tanpa menghapuskan keunikan dari seni batik tradisional itu sendiri. Inovasi ini menjadi sangat penting agar batik tetap menarik minat berbagai kalangan, terutama generasi muda. Dalam meningkatkan inovasi ini, tujuannya adalah agar setiap orang tidak lagi beranggapan bahwa motif batik itu hanya itu-itu saja dan tidak bervariasi. Batik perlu muncul dengan tampilan yang segar, tetapi tetap menghormati nilai-nilai berharga yang ada dalam budaya batik tradisional. Terlebih lagi di zaman digital ini, jika suatu produk yang diposting di media sosial tidak menarik secara visual, kemungkinan besar produk itu tidak akan diperhatikan oleh orang lain, meskipun memiliki nilai budaya yang tinggi. Saat ini, menemukan inovasi baru tidak terlalu sulit karena teknologi telah maju dengan cepat. Banyak sumber informasi yang tersedia, baik di dunia maya maupun dunia nyata. Kita bisa ikut pelatihan atau seminar melalui platform digital seperti Zoom untuk memperoleh informasi yang sulit dijangkau secara langsung. Menghadiri seminar secara fisik juga memberikan manfaat karena peserta dapat menyaksikan dan menerapkan pengetahuan secara langsung. Ini dapat menjadi suntikan semangat dalam merancang batik yang lebih kontemporer, dan tetap menghormati budaya batik yang sudah ada.

Karakteristik yang paling mencolok dari generasi milenial adalah meningkatnya pemakaian serta keakraban dengan berbagai bentuk komunikasi, media, dan teknologi digital. Mereka sangat inovatif, memiliki banyak informasi, dan sangat terhubung dengan lingkungan sekitar lewat internet. Generasi ini menunjukkan ketertarikan yang

besar terhadap produktivitas dan pengembangan diri. Semua ini jelas berdampak pada preferensi dan pola hidup mereka, terutama dalam hal mode. Oleh karena itu, usaha untuk melestarikan budaya batik tradisional dapat dilakukan dengan cara mengembangkan industri fashion yang lebih kontemporer. Dengan memasukkan batik ke dalam desain pakaian yang modern dan mengikuti tren, nilai budaya dapat tertanam tanpa terlihat usang. Ragam batik yang ada di Indonesia sangat beragam dan kaya. Meskipun demikian, untuk membuat batik lebih menarik bagi masyarakat masa kini, terutama generasi muda, perlu dilakukan pengembangan lebih lanjut.

Tidak hanya berfokus pada pola tradisional, tetapi juga menciptakan batik khusus atau desain yang unik yang diproduksi dalam satu tipe saja. Inovasi semacam ini bisa memberikan nuansa istimewa dan pribadi bagi penggunanya. Dengan adanya inovasi ini, diharapkan bisa memperkenalkan kembali dan menumbuhkan rasa bangga terhadap warisan budaya batik tradisional, terutama di kalangan generasi milenial yang lebih menyukai hal-hal yang unik dan berbeda. Kegiatan inovasi bisa diterapkan di berbagai bidang usaha yang terkait dengan pelestarian budaya batik tradisional, khususnya dalam bidang pemasaran dan penjualan. Inovasi tidak hanya mencakup desain pola, tetapi juga mencakup metode pengemasan, identitas merek, hingga taktik promosi. Untuk memastikan batik tetap terjaga dan menarik bagi generasi muda, penting untuk menyelaraskan nilai-nilai budaya batik tradisional dengan kemajuan zaman.

Penggabungan elemen tradisional dengan fashion modern atau milenial dapat menghasilkan daya tarik yang baru dan menarik, sambil tetap menghormati warisan budayanya. Seiring dengan perubahan zaman, cara berpikir masyarakat juga mengalami perkembangan. Dengan adanya kemajuan teknologi dan akses informasi yang semakin meluas, para pelaku usaha atau pengrajin batik tradisional mendapatkan peluang lebih besar untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Salah satu metode utama adalah menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan dan menjual produk. Platform media sosial terbukti sangat efektif dalam menjangkau berbagai konsumen, baik dari segi latar belakang maupun usia. Instagram, Facebook, dan WhatsApp adalah beberapa media yang banyak dipilih oleh pengusaha batik untuk memperluas pasar mereka.

Dengan kemajuan teknologi internet, proses penjualan dapat berlangsung dengan lebih cepat dan efisien. Baik perusahaan kecil maupun besar yang memproduksi batik tradisional kini mampu menjual produk mereka hingga ke luar daerah dan bahkan ke luar negeri hanya dengan memanfaatkan smartphone. Pemasaran melalui media sosial diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta mengenalkan nilai-nilai tradisional batik kepada masyarakat global. Ini menjadi kesempatan besar bagi pelaku UMKM batik untuk berkembang dan bersaing di dunia digital, tanpa kehilangan identitas budaya yang mereka bawa. Di era digital ini, sangat penting bagi semua pihak untuk mendukung pelestarian batik tradisional dengan pendekatan inovatif, strategi pemasaran yang efektif, dan penggabungan antara budaya lokal dengan teknologinya yang modern. Dengan cara ini, warisan berharga seperti batik akan tetap ada dan terus dihargai oleh generasi mendatang.

Perubahan Perilaku Konsumen

Pada zaman sekarang, inovasi teknologi telah menghasilkan kemajuan digital. Adanya smartphone dan internet mengubah cara pandang serta tindakan konsumen. Kini, konsumen tidak hanya menggunakan internet untuk mencari info, tetapi juga untuk memenuhi berbagai kebutuhan, mulai dari belanja online hingga mendapatkan layanan yang diperlukan. Tindakan konsumen turut berkontribusi terhadap pertumbuhan digital, baik di seluruh dunia maupun di Indonesia. Dalam proses pengembangan inovasi batik melalui platform digital, yang juga mencakup usaha untuk menjaga keberlangsungan budaya batik tradisional, penting untuk memperhatikan perubahan dalam perilaku konsumen. Sering kali, orang yang sudah merasa nyaman dengan penggunaan digital untuk memenuhi kebutuhan mereka akan memilih untuk terus menggunakan layanan tersebut. Dengan adanya kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi saat ini, konsumen dapat menerima barang di rumah tanpa perlu keluar rumah.

Kemajuan teknologi mampu mempengaruhi gaya hidup konsumen, contohnya, dengan adanya telepon, aktivitas pemasaran dapat dilakukan melalui perangkat tersebut sehingga transaksi jual beli menjadi lebih efisien. Saat ini, media sosial menjadi salah satu saluran pemasaran yang paling banyak digunakan. Media sosial diharapkan dapat menambah dan meningkatkan penjualan serta pemasaran yang ada, terutama di Indonesia, termasuk dalam mempromosikan produk batik tradisional ke pasar yang lebih luas. Meskipun saat ini kita hidup di zaman digital yang penuh kemudahan, sebagai konsumen kita perlu bijak dan memilih dengan hati-hati saat menggunakan media sosial, terutama saat berbelanja online. Dengan perkembangan zaman ini, sejumlah konsumen seringkali memakai teknologi digital tanpa kewaspadaan, yang membuat banyak orang menjadi korban penipuan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab dalam jual beli online.

Di era digital saat ini, terdapat berbagai dampak baik dan buruk terhadap perubahan perilaku konsumen. Salah satu hal positif yang bisa diambil adalah ketika seorang pengrajin lokal berusaha memasarkan karyanya, seperti batik tradisional, melalui media sosial agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Di samping itu, langkah ini juga dapat membantu mempertahankan keberadaan budaya batik tradisional yang semakin terancam oleh produk lokal yang terpengaruh oleh tren budaya Barat. Sedangkan dampak buruknya adalah, semakin rutin seseorang terlibat dalam aktivitas di sosmed, semakin besar kemungkinan bagi individu yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan tindakan kejahatan seperti penipuan. Fenomena ini memang tak dapat dipungkiri dalam kehidupan di zaman digital saat ini. Selain itu, dampak lainnya adalah munculnya ketergantungan pada toko daring, termasuk dalam membeli produk budaya batik tradisional yang semestinya juga dapat dihargai dengan cara mengunjungi langsung tempat produksi batik.

Konsumen saat ini menjadi pusat perhatian dalam proses produksi di zaman ekonomi digital. Kemajuan teknologi dan kemudahan akses informasi telah merubah perilaku konsumen. Dengan beragam kebutuhan yang semakin meningkat, konsumen kini lebih aktif dan pintar dalam memilih produk serta layanan digital, termasuk dalam menentukan pilihan produk budaya seperti batik tradisional. Salah satu kemajuan dalam

teknologi digital saat ini menghubungkan individu dari berbagai generasi. Dari sini, muncul generasi baru yang dikenal sebagai screenager. Screenager merupakan kelompok yang memiliki berbagai perangkat digital dan selalu menginginkan lebih dari layanan digital yang tersedia. Salah satu contoh dari kelompok ini adalah generasi Z, yang dapat berperan dalam mendukung dan menjaga budaya batik tradisional melalui platform digital. Di samping beberapa poin di atas, terdapat menunjukkan keinginan dari konsumen untuk membagikan informasi pribadi mereka secara online. Ini bisa dianggap penting untuk pertumbuhan industri digital. Inilah yang perlu diingat oleh masyarakat atau konsumen dalam menggunakan teknologi digital saat ini. Sebab, jika informasi pribadi sudah terdistribusi, maka peluang untuk terhindar dari tindakan penipuan akan sangat minim.

Kesimpulan dan Saran

Batik adalah budaya lokal tradisional yang merupakan warisan budaya sejak berabad – abad yang lalu. Setiap motif batik memiliki makna tersendiri. Di era digitalisasi ini sebagai warga Indonesia ini wajib menjaga ekstensi keberadaan batik tradisional ini. Karena semakin berkembangnya zaman maka semakin mengikatlah tren atau hal baru yang dapat melenyapkan budaya batik tradisional ini tanpa disadari. Dalam hal pengembangan inovasi produksi batik ini harus lebih ditingkatkan, agar batik tidak dianggap motif yang monoton atau hanya itu-itu saja serta tidak kalah menarik dari fashion budaya barat. Setiap peningkatan inovasi batik ini sangat mempengaruhi eksistensi batik di era digital ini. Karena setiap hal yang di unggah di media sosial pasti akan tersebar luas keseluruh manca negara dan bahkan ke tingkat global. Meskipun era digital ini sangat bermanfaat dalam hal pemasaran dan penjualan produk batik, sebagai penyedia layanan digital ini wajib memperhatikan perubahan konsumen yang ada. Setidaknya meminimalisir tindakan yang dilakukan oleh orang yang tidak bertanggung jawab seperti melakukan tindakan kriminalitas berupa penipuan di media sosial atau hal lain yang tidak diinginkan. Sebagai konsumen harus pintar dan selektif agar dapat memilih produk sesuai dengan yang diinginkan termasuk kualitas yang diinginkan dari barang yang ingin dibeli, serta menghindari sesuatu hal yang tidak diinginkan dengancara tidak mudah dalam menyebarkan data pribadi kepada platform yang tidak menyakinkan dan meminimalisir dalam hal kecurang oleh orang yang tidak bertanggung jawab.

Daftar Pustaka

- Azhimah, R. M. (2022). PERANAN BATIK SEBAGAI WARISAN BUDAYA DUNIA DI ERA GLOBALISASI. Retrieved from <https://www.kseuinjkt.or.id/2022/10/peranan-batik-sebagai-warisan-budaya.html>
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>
- Halimatus Sa'diyah, Zhuvido Anliwiarta, Efriant Adam Surya, J. N. (2024). Pemberdayaan Umkm Batik Melalui Edukasi Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(5), 1723–1729.

- Hasaniyah, N., & Basri, H. (2020). The Imperialization Of Technology Against The Values Contained In Batik Nusantara. *Proceeding of International Conference on Engineering, Technology, and Social Sciences (ICONETOS)*, 1(1), 39. <https://doi.org/10.18860/iconetos.vii1.1155>
- Hidayati, E. D. A. Y. K. W. C. (2021). Inovasi Desain Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Batik. *Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 3(2), 182–193. Retrieved from <https://core.ac.uk/reader/482740960>
- Hotels, P. (2025). Pekalongan Kota Batik: Tradisi yang Hidup di Era Digital. Retrieved from <https://parksidehotels.co.id/pekalongan-kota-batik-tradisi-di-era-digital/>
- Huda, R. C. (2024). Sejarah Batik dan Eksistensinya Hingga Saat Ini. Retrieved from <https://rri.co.id/lain-lain/1018762/sejarah-batik-dan-eksistensinya-hingga-saat-ini>
- Ibrahim, T., & Rusdiana, A. (2021). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*.
- Istifadhoh, N., Wardah, I., & Stikoma, T. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ekoprint. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 147–152.
- Pratiwi, A. W., & Raya, S. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Social Media Marketing Terhadap Sales Performance Pada Ikm Batik Gedog Kabupaten Tuban. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 681–687. Retrieved from https://scholar.google.co.id/citations?user=VoOt8ggAAAAJ&hl=en#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Den%26user%3DVoOt8ggAAAAJ%26citation_for_view%3DVoOt8ggAAAAJ%3A1qzjygNMrQYC%26tzm%3D420
- Saputra, M. U. N., & Prasetyo, K. B. (2023). Reproduksi Budaya Batik Milenial: Upaya Pelestarian dan Inovasi Batik Tradisional di Identix Batik Semarang. *JURNAL PARADIGMA: Journal of Sociology Research and Education*, 4(2), 126–140. <https://doi.org/10.53682/jpjsre.v4i2.8046>
- Zaim Mukaffi, M. Nanang Choiruddin, S. A. (n.d.). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal (Studi Pada Sentra Industri Kerajinan Batik Banyuwangi). <http://repository.uin-malang.ac.id/4957/1/3733-Article%20Text-10430-1-10-20190915%281%29.pdf>