



## Menggeser Tradisi: Pengaruh Korean Style terhadap Ketertarikan Generasi Muda pada Warisan Batik

Nur Laili Alfiyanti<sup>1</sup>, Refina Nindy Frida Tamara\*<sup>2</sup>, Wannia Ailsa<sup>3</sup>, Suryo Ediyono<sup>4</sup>

Universitas Sebelas Maret

nurlailialfiyanti7@student.uns.ac.id<sup>1</sup> , refinanindy@student.uns.ac.id<sup>2</sup> , wanniaailsa@student.uns.ac.id<sup>3</sup> ,

ediyonosuryo@staff.uns.ac.id<sup>4</sup>

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### *History of the article :*

Received 03 Januari 2025

Revised 28 Januari 2025

Publish 30 Desember 2025

#### **Keywords:**

Korean Style;

Batik; Generasi Muda;

Di era globalisasi, budaya populer internasional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi gaya hidup dan busana generasi muda. Salah satu tren yang berkembang pesat di Indonesia adalah Korean Style, yang menawarkan estetika modern dan kontemporer dan menarik minat kalangan remaja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak Korean Style terhadap ketertarikan generasi muda Indonesia pada batik, sebagai salah satu warisan budaya yang memiliki nilai sejarah dan identitas nasional. Metode jurnal ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui analisis jurnal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pergeseran minat generasi muda dari batik menuju Korean Style, yang didorong oleh faktor seperti daya tarik visual, pengaruh media sosial, serta asosiasi Korean Style dengan modernitas dan status sosial. Namun, beberapa hasil penelitian juga menunjukkan bahwa beberapa generasi muda tetap memiliki minat pada batik apabila disajikan dalam bentuk yang lebih modern dan sesuai dengan tren terkini. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan perlunya inovasi dalam desain batik dan strategi promosi yang relevan agar batik dapat kembali menarik minat generasi muda di tengah derasnya pengaruh budaya populer asing.

## PENDAHULUAN

Batik merupakan warisan budaya asli dari Indonesia yang sudah mendunia (Anggita Septhesia, 2019). Batik adalah salah satu objek utama yang dijadikan identitas Bangsa Indonesia karena eksklusivitas batik yang hanya ditemukan di negara Indonesia dan terlebih lagi hampir setiap daerah-daerah di Indonesia memiliki corak khasnya sendiri sehingga sangat cocok jika dikatakan batik adalah identitas Bangsa Indonesia (Muhammad et al., 2020). Regenerasi pembatik dan minat generasi muda terhadap batik menjadi salah satu kriteria ditetapkannya kota batik dunia seperti yang ada di Yogyakarta, Surakarta, dan Pekalongan (Maulana Hakim, 2018).

Setelah ditetapkannya batik sebagai warisan budaya oleh UNESCO, diikuti dengan Keputusan Presiden pada tanggal 2 Oktober 2009 yaitu penetapan Hari Batik Nasional yang menunjukkan apresiasi dan penghargaan terhadap batik sebagai warisan budaya asli Indonesia, upaya lain yang tidak kalah penting ditunjukkan oleh peran seniman akademisi dan budayawan batik yang ikut mempromosikan batik sebagai identitas dan brand bangsa Indonesia. Promosi batik dilakukan dengan tujuan untuk melestarikan dan mengembangkan batik agar generasi muda ikut mencintai dan menjaga batik sebagai budaya bangsa (Maulana Hakim, 2018).

Generasi muda memiliki potensi dan kemampuan untuk mengembangkan kecerdasan dan budaya lokal melalui kemajuan pengetahuan dan teknologi. Namun, tantangan untuk

mempertahankan nilai-nilai intelektual lokal semakin besar. Pengaruh globalisasi yang semakin kuat mewarnai dinamika kehidupan generasi muda yang tentu saja berpotensi mengikis nilai-nilai budaya yang diserap dalam perilaku sehari-hari (Vania et al., 2023). Salah satu budaya yang paling berpengaruh di dunia terutama di kalangan generasi muda atau yang biasa disebut remaja adalah Korean Style. Sedangkan yang dimaksud dengan remaja yaitu masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang melibatkan perubahan berbagai aspek seperti biologis, psikologis, dan sosial-budaya. Batasan usia remaja menurut Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) remaja berusia 10-24 tahun (Jannah et al., 2023).

Korean Style adalah tren fashion dan budaya yang terinspirasi dari gaya hidup dan estetika yang berasal dari Korea Selatan. Tren ini mencakup berbagai aspek, seperti gaya busana, tata rias, dan musik pop Korea (K-pop), yang telah menjadi fenomena global sejak awal tahun 2010-an. Ditandai oleh tampilan yang modern, minimalis, namun tetap stylish, Korean Style dikenal dengan penggunaan warna-warna lembut, potongan busana yang casual namun elegan, serta aksesori yang sederhana tetapi fashionable.

Salah satu budaya Indonesia yang mulai hilang di masyarakat adalah batik (Vania et al., 2023). Meskipun batik memiliki nilai historis, filosofi, dan estetika yang tinggi, perubahan gaya hidup dan tren fashion global menyebabkan minat terhadap batik kian menurun, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda yang lebih tertarik pada gaya modern dan kasual. Dalam konteks ini, masuknya budaya populer dari luar negeri, seperti Korean Style, menjadi salah satu faktor yang mempercepat pergeseran minat. Korean Style, dengan desainnya yang sederhana namun elegan, serta warna-warna yang cenderung lembut dan netral, sangat menarik bagi generasi muda yang mencari kesan modern dan modis. Berbeda dengan batik yang dianggap formal dan sulit untuk dipadupadankan dalam busana sehari-hari, Korean Style menawarkan fleksibilitas yang tinggi, sehingga mudah diterapkan dalam berbagai situasi. Akibatnya, generasi muda cenderung lebih memilih Korean Style, yang dianggap lebih mencerminkan identitas mereka dalam era globalisasi. Kondisi ini menimbulkan tantangan bagi pelestarian batik sebagai identitas budaya Indonesia. Diperlukan inovasi dalam desain dan strategi pemasaran yang efektif agar batik dapat kembali diminati oleh generasi muda, sekaligus mengembalikan rasa kebanggaan mereka terhadap budaya lokal. Upaya-upaya tersebut penting untuk memastikan batik tetap relevan di tengah maraknya tren global, sehingga warisan budaya ini tidak hilang di masyarakat.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam jurnal ini merupakan metode analisis literatur dan studi kasus. Analisis literatur digunakan untuk menggali pemahaman teoritis tentang pengaruh Korean Style terhadap ketertarikan generasi muda pada warisan batik. Sementara itu, studi kasus dilakukan untuk memperoleh pemahaman tentang praktik nyata atau usaha kaum muda dalam menjaga tradisi batik. Studi kasus ini melibatkan pengumpulan data melalui analisis jurnal dan pengamatan langsung terhadap individu atau kelompok.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Karakteristik Batik sebagai Warisan Budaya Indonesia**

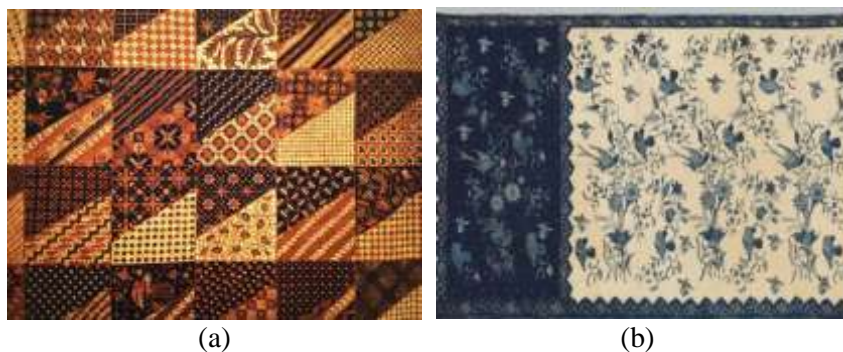
Batik merupakan kesenian dengan nilai seni yang tinggi, sebagai warisan nenek moyang sejak zaman dahulu. Berkembang pada zaman kerajaan Majapahit, Solo dan Yogyakarta. Batik pada mulanya digunakan sebagai pakaian khusus kerajaan saja. Seiring berkembangnya zaman pakaian batik tersebut meluas hingga yang awalnya sebagai pakaian pribadi menjadi kebutuhan industri, dapat kita lihat seperti saat ini yang telah banyak dikenakan oleh masyarakat. Dengan berbagai model dan motif yang beragam

(Isa, A.M, 2020).

Berkembangnya industrialisasi dan globalisasi juga dapat mengakibatkan metode dalam pembatikan memunculkan teknik pembatikan baru. Pada mulanya pembatikan yang sering kita kenal menggunakan teknik tangan dan canting, biasanya disebut dengan batik tulis. Batik tersebut sangat tradisional dalam pengerjaannya serta dapat menghabiskan waktu yang lebih lama, sekitar 2-3 bulan. Perkembangan teknologi ini sangat memudahkan kita dalam teknik industri, pekerjaan dapat cepat diselesaikan sekitar 2-3. Salah satu teknik tersebut sering disebut batik cap atau cetak. Begitupun, perkembangan teknologi saat ini mengakibatkan banyak berkembangnya teknik pembatikan semakin canggih dan mudah.

Perkembangan teknologi tersebut tidak menghilangkan filosofi khas dan makna pada motif batik pada masing-masing batik. Setiap daerah pasti memiliki motif yang khas dan filosofi yang menarik. Makna selebar motif batik tersebut mampu memberikan kita pelajaran, baik pelajaran kehidupan maupun sejarah pada masa lampau. Beragam motif batik tertentu yang tersebar di setiap daerah menyebabkan motif tersebut memiliki nama sesuai asal daerahnya, seperti batik motif Surakarta, Pekalongan, Cirebon dan lain sebagainya. Hingga saat penyebaran batik di Indonesia tercatat 30 jenis motif.

Sebagai contoh motif batik tambal berasal dari Yogyakarta. Memiliki kegunaannya sangat unik, diakui mampu menyembuhkan orang sakit dengan menyelimutinya. Terdapat makna yang cukup dalam yaitu menambal atau memperbaiki hal-hal rusak. Ciri khas motif batik ini dengan modifikasi kotak-kotak motif ceplok, motif parang serta motif peru. Menonjolkan warna gelap terang. Motif batik buketan berasal dari Pekalongan. Memiliki motif bunga-bunga sebagai perpaduan budaya Belanda pada masa kolonial. Terlihat dari kata "Buketan" berasal dari kata bouquet, dalam bahasa Belanda bermakna rangkaian bunga. Dengan motif bunga-bunga, perpaduan warna cerah menggambarkan nilai-nilai keindahan, kesuburan, dan harmoni.



Gambar 1. (a) Batik Motif Tambal (b) Batik Motif Buketan

Demikian merupakan sebagian dari ragam motif batik yang ada di Indonesia, dengan berbagai motif, makna serta filosofinya. Keberagaman motif batik ini memberikan ciri khas bagi bangsa Indonesia sebagai identitas kultural yang dikenal dunia. Sebagai perwujudan individu dalam budaya yang mencerminkan ciri khas suatu kelompok. Sebagaimana upaya yang sudah dilakukan sejak presiden Soekarno, dengan menekankan pentingnya seni sebagai jiwa bangsa. Diperkenalkan juga oleh presiden Soeharto pada APEC 1994 di Istana Bogor, di mana 18 pemimpin dunia mengenakan batik. Desainer kondang Indonesia Iwan Tirta turut memperkenalkan batik kepada pemimpin dunia, termasuk dalam APEC 1994. Presiden Susilo Bambang Yudhoyono berhasil mengusulkan pengakuan batik sebagai warisan budaya Indonesia oleh UNESCO pada 2 Oktober 2009. Begitu juga pemerintah saat ini mendukung pelestarian batik melalui batikmark, sebagai tanda perlindungan motif batik Indonesia dari pembajakan. Hal tersebut dapat memperkuat batik sebagai simbol identitas budaya Indonesia.

Sebagai rakyat Indonesia hendaknya kita bangga serta terus berusaha melestarikan budaya membatik. Apalagi sudah diakui oleh UNESCO sejak tahun 2009 sebagai Budaya Tak Benda Warisan Manusia. Sebagai bentuk tanggung jawab besar rakyat Indonesia untuk melindungi warisan budaya Indonesia di mata dunia. Dengan memberikan serta membentuk inovasi baru pada batik tanpa menghilangkan ciri khas motif dan maknanya tersendiri. Mari bersama - sama sebagai rakyat Indonesia dengan jiwa nasionalisme yang tinggi, bersama memajukan Indonesia untuk menjadi Indonesia emas ( Amaris Trixie, A, 2020).

#### B. Pengaruh Korean Style terhadap Penggunaan Batik di Kalangan Generasi Muda Indonesia

Korean Style menjadi fenomena global yang kuat, mempengaruhi berbagai aspek budaya populer, termasuk fashion (Muhaditia et al., 2022). Di Indonesia, pengaruh ini sangat terasa terutama di kalangan generasi muda yang dengan penuh antusias mengikuti tren mode dari Korea Selatan. Gaya berpakaian Korea, yang chic, modern, dan sering kali inovatif, telah memberikan pengaruh besar terhadap preferensi fashion kalangan muda di Indonesia. Kehadiran Korean Style tak cuma berdampak pada penentuan busana yang mereka kenakan setiap hari, tapi juga mengubah cara pandang mereka terhadap serta menghargai aspek-aspek mode tradisional Indonesia seperti batik.

Namun, bukannya mengurangi minat terhadap batik, pengaruh Korean Style justru mendorong generasi muda untuk mengambil inspirasi dari batik dengan gaya yang lebih modern dan segar. Banyak desainer muda di Indonesia yang kini mulai memadukan motif batik dengan sentuhan gaya Korean Style, menghasilkan kombinasi yang unik antara tradisional dan modern. Ini tidak hanya memperluas penggunaan batik dalam situasi yang lebih santai dan sehari-hari, tetapi juga membuat batik lebih menarik bagi generasi muda yang sebelumnya mungkin menganggap batik sebagai hal kuno atau hanya sesuai untuk acara-acara resmi. Pengaruh Korean Style juga terlihat dalam aspek sosial dan ekonomi dari penggunaan batik (Pratamartatama et al., 2024).

Dalam ranah sosial, pelekatan batik dengan sentuhan Korean Style membantu mengokohkan jati diri kebudayaan anak muda Indonesia, memudahkan mereka untuk merasa bangga saat memakai batik dengan gaya yang cocok dengan kekinian. Dari sudut ekonomi, tren ini membuka peluang yang baru untuk industri batik tempatan dengan permintaan yang semakin meningkat untuk rekaan-rekaan batik yang lebih inovatif dan menepati citarasa golongan muda. Jadi, pengaruh Korean Style berperan besar dalam mendukung serta memperkenalkan kebudayaan batik kepada anak muda Indonesia.



(a) (b)  
Gambar 2. (a) Batik model hanbok (b) Batik motif

Sebuah inovasi menarik di mana batik Indonesia diadaptasi menjadi hanbok seperti pada Gambar 2(a), pakaian tradisional Korea. Kreasi ini menunjukkan bagaimana elemen budaya tradisional Indonesia dapat dipadukan dengan gaya khas Korea untuk menciptakan busana yang unik dan bermakna (Muhaditia et al., 2022). Dengan memanfaatkan motif batik yang kaya akan nilai seni dan budaya, hanbok batik ini tidak hanya mempromosikan batik di panggung internasional tetapi juga menegaskan bahwa warisan budaya Indonesia memiliki fleksibilitas untuk diintegrasikan ke dalam tren global tanpa kehilangan identitas aslinya. Pakaian ini menjadi simbol kolaborasi budaya yang harmonis dan sekaligus menunjukkan betapa batik dapat berfungsi sebagai medium ekspresi mode lintas budaya. Sementara itu, Gambar 2(b) menampilkan desain motif batik yang modern dan lebih relevan dengan zaman sekarang. Motif-motif ini tampak lebih minimalis dan segar, dengan penggunaan warna-warna cerah dan pola yang sederhana, sehingga lebih cocok untuk kebutuhan mode sehari-hari generasi muda. Beberapa motif bahkan nampak terinspirasi dari elemen-elemen gaya Korea, seperti pola geometris yang simpel atau sentuhan warna pastel yang sedang populer. Hal ini menunjukkan bahwa batik kini tidak hanya dipandang sebagai busana tradisional, tetapi juga sebagai kanvas kreatif untuk mengekspresikan gaya hidup modern yang dinamis (Karlina et al., 2024). Gabungan dua gaya dalam gambar tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Korean Style tidak hanya menambah daya tarik batik bagi generasi muda, tetapi juga menginspirasi mereka untuk terus mengeksplorasi potensi batik dalam berbagai konteks budaya dan estetika. Inovasi ini menunjukkan bagaimana mode dapat berfungsi sebagai jembatan antara tradisi dan modernitas, sekaligus mendukung pelestarian warisan budaya dalam bentuk yang lebih relevan bagi masyarakat masa kini.

### C. Upaya untuk Meningkatkan Minat Generasi Muda terhadap Batik

Sejak pengakuan UNESCO pada tahun 2009, batik berkembang lebih cepat dibanding tahun-tahun sebelumnya. Namun demikian, hingga saat ini ketersediaan printing mengenai perkembangan batik masih menjadi kendala yang belum terselesaikan (Siregar et al., 2020). Permasalahan yang dihadapi industri batik terdiri dari printing, bahan baku, keterampilan tenaga kerja, pengembangan usaha kain lokal, pengelolaan limbah, pembinaan dan pendampingan oleh Organisasi Perangkat Daerah (OPD), persaingan dengan printing bermotif batik. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengembangkan batik yaitu memperbaharui printing industri batik, koordinasi sistem database batik, pemanfaatan sumber daya alam lokal dengan meningkatkan penggunaan pewarna alam, optimalisasi pembinaan industri dan peran Balai Latihan Kerja (BLK) dalam peningkatan keterampilan tenaga kerja, sosialisasi potensi batik, pembangunan pengolahan limbah dan peningkatan kesadaran industri batik mengenai pengelolaan limbah, penguatan brand batik tulis dan batik cap, dan advokasi dan pemasaran sosial kepada konsumen mengenai batik tulis dan batik.

Saat ini terdapat batik yang dibuat secara tulis, lukis, dan cap. Ketiga jenis batik tersebut merupakan buatan tangan (handmade), sehingga proses pembuatannya relatif lama dan harga jualnya relatif mahal. Akibatnya, tidak seluruh masyarakat dapat membeli. Seiring berkembangnya teknologi, saat ini telah tersedia jenis printing bermotif batik, yaitu tekstil bermotif batik yang dihasilkan melalui proses sablon. Sistem produksi tersebut menghasilkan tekstil bermotif batik secara massal dalam waktu singkat, dan mampu dijual dengan harga relatif murah dibandingkan batik cap, apalagi batik tulis (Siregar et al., 2020).

Ketersediaan printing yang valid dan mutakhir merupakan salah satu prasyarat untuk menyusun rencana pengembangan yang efektif dan efisien. Dari total 27 provinsi, sebagian besar tidak memiliki printing atau tidak memperbaharui data. Hal yang menjadi alasan antara lain belum adanya komunikasi antara pemerintah daerah dan industri batik, dan keterbatasan anggaran untuk melaksanakan pengumpulan data (Siregar et al., 2020).

Langkah lain yang dapat ditempuh adalah menjalin kerja sama dengan asosiasi pengusaha/perajin batik baik di tingkat kabupaten/kota maupun provinsi. Untuk menyusun

database yang baik, maka data yang diperlukan antara lain: kode industri, nama industri, nama merk, nomor IUI, nomor SNI, nama pemilik, alamat industri, nomor telepon, jumlah tenaga kerja, jenis produk batik, jumlah produksi, nilai produksi, nilai investasi, jenis bahan baku kebutuhan bahan baku, ketersediaan alat, jumlah penjualan, dan wilayah pemasaran (Siregar et al., 2020).

Advokasi dan pemasaran sosial (social marketing) terhadap esensi batik bertujuan untuk meningkatkan pemahaman konsumen mengenai perbedaan antara batik tulis/cap dengan printing bermotif batik. Advokasi dan pemasaran sosial dapat dilakukan melalui media massa maupun media digital. Pemanfaatan media digital dengan melakukan digital storytelling dimana pemerintah, asosiasi, industri batik, pendamping, dan masyarakat penggiat batik mengedukasi masyarakat luas melalui tulisan yang mendukung batik tulis/cap. Untuk mempercepat proses ini, maka perlu pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter maupun lainnya (Siregar et al., 2020).

Dengan semakin luasnya distribusi model pakaian Korea di Indonesia, jumlah tersebut kini semakin meningkat didukung oleh tingginya permintaan model pakaian Korea di Indonesia. Terbukanya pasar impor terkait kebijakan pasar perdagangan bebas ASEAN juga menjadi salah satu faktor yang mendorong banyaknya jumlah pakaian Korea sehingga setiap kali ingin membeli pakaian Korea di toko online (Wicaksono et al., 2021). Oleh karena itu, peran industri printing di Indonesia sangat penting untuk memperluas penyebaran batik terutama di kalangan generasi muda agar tren Korean Style tidak menggeser eksistensi batik di kalangan generasi muda.

Masalah selanjutnya adalah berkurangnya ketertarikan generasi muda terhadap minat batik. Dengan adanya perkembangan teknologi dan penyebaran Korean Wave di Indonesia menyebabkan adanya perilaku konsumtif terhadap pakaian sehingga Indonesia melakukan impor tekstil dari Korea Selatan (Jannah et al., 2023). Sehingga pada zaman modern ini, perubahan motif pada batik juga semakin beragam dengan dipadukannya motif atau simbol yang lebih modern sehingga menjadikan batik menjadi salah satu bagian dari fashion (Anggita Septhesia, 2019).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah mengubah pandangan generasi milenial untuk dapat menerima batik menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari agar generasi milenial tidak meninggalkan batik. Terlebih generasi milenial memiliki pola hidup yang cukup konsumtif sehingga seringkali meluangkan waktunya untuk sekedar hunting barang yang diinginkan (Anggita Septhesia, 2019). Dengan adanya pengaruh dari budaya luar terutama Korean Style, untuk mengantisipasi pengaruh budaya asing yang berlebihan pada generasi milenial, Batique dapat mengintegrasikan ide tersebut dengan menarik seperti menerapkannya pada fashion generasi milenial (Anggita Septhesia, 2019).

Hal ini bertujuan agar batik dapat semakin mudah diterima di kalangan milenial yang mana merupakan penerus bangsa. Tak hanya sampai disitu saja, ide gagasan ini merupakan siasat bagi penulis untuk menghilangkan persepsi yang kurang tepat terhadap batik seperti batik merupakan hal yang formal dan tidak fleksibel yang mana membuat batasan kita untuk semakin berkreasi atau mencintai batik itu sendiri. Hal itu dikarenakan tak jarang dari kita melihat pada kalangan anak muda, batik hanya digunakan saat kegiatan formal. Penggunaan batik dinilai kurang cocok di kehidupan milenial atau keseharian yang kasual (Anggita Septhesia, 2019).

Oleh karena itu, brand Batique akan membuat visual produk menjadi lebih fashionable dan colorful di generasi milenial dengan mengkombinasikan warna yang tren di era sekarang yang tetap menggunakan warna earth tone atau warm color sehingga dapat digunakan untuk kalangan laki-laki atau perempuan. Pada tahap ini Batique telah mencapai pembuatan beberapa produk seperti produk utamanya yaitu kaos dan melakukan direct marketing untuk menyampaikan value yang dimiliki oleh brand Batique. Hal yang akan dilakukan selanjutnya adalah pengembangan variasi produk agar visual brand Batique lebih dapat tersampaikan pada target market untuk melestarikan nilai batik di kalangan generasi milenial.

Upaya selanjutnya adalah pentingnya peran dari duta batik sebagai media pelestarian batik Indonesia (Vania et al., 2023). Dalam hal ini, ada beberapa peran duta batik yang bisa dilakukan untuk melestarikan batik Indonesia diantaranya; promosi batik dengan media sosial, bekerja sama dengan media berita dan pengrajin batik, melakukan program kerja dan event, serta pengenalan batik melalui konten (Vania et al., 2023).

Duta Batik berperan dalam mempromosikan batik di tingkat nasional maupun internasional. Mereka meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap seni tekstil ini dengan menggunakan platform media sosial mereka. Dalam era digital yang semakin modern, Duta Batik memainkan peran penting dalam membuat batik menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Penggunaan media sosial oleh Duta Batik merupakan salah satu cara yang sangat efektif dalam mempromosikan budaya batik (Vania et al., 2023). Mereka dapat mengunggah Foto-foto mereka yang mengenakan batik dengan gaya yang modis dan inspiratif, menampilkan berbagai motif batik, dan menceritakan makna dibalik setiap desain batik. Duta Batik juga bercerita tentang bagaimana mereka mengenal batik dan menghubungkannya dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, Duta Batik mempromosikan keragaman batik Indonesia dengan mengenakan berbagai jenis batik yang berasal dari berbagai daerah.

Media sosial ini dinilai efektif karena posisinya yang selalu berdampingan dengan kehidupan masyarakat, khususnya generasi muda. Menurut laporan We Are Social menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai kurang lebih 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi orang di Indonesia. data tersebut jelas membuktikan akan sangat efektif jika kita para generasi muda mampu memanfaatkan media sosial untuk melestarikan batik dengan ide-ide kreatif yang dimiliki (Vania et al., 2023).

Salah satu cara yang dapat kita lakukan dalam pemanfaatan media sosial tersebut adalah dengan ambil peran dalam program pemerintah, yaitu duta batik atau putra putri batik. Peneliti memperoleh hasil bahwa dalam program duta batik ini, para duta dapat menjadi jembatan edukasi batik untuk masyarakat, metode promosi batik, dan menggandeng para UKM batik supaya lebih diketahui keberadaannya (Vania et al., 2023).

Duta Batik tidak hanya menjadi pecinta dan pelindung batik, tetapi juga memainkan peran penting dalam mendorong perkembangan industri batik. Duta Batik menggunakan media konvensional untuk bekerja sama dengan berbagai media (Vania et al., 2023). Selain itu, mereka bekerja sama dengan perancang batik dan pengrajin batik untuk membuat koleksi batik yang unik dan menarik. Kolaborasi ini membantu pengrajin batik menghasilkan keuntungan dan meningkatkan pemasaran produk batik (Vania et al., 2023).

Berkat pengaruh global Duta Batik, batik Indonesia telah lebih dikenal dan dihargai oleh masyarakat internasional. Duta Batik berperan penting dalam melestarikan, mempromosikan, dan menghormati warisan budaya batik Indonesia. Mereka adalah pencinta batik yang berkomitmen, pelindung yang vokal dari teknik pembuatan batik dan makna yang terkandung dalam setiap desain, dan pionir yang meningkatkan kesadaran dan apresiasi batik di dalam negeri maupun mancanegara.

Selanjutnya adalah duta batik dapat melestarikan batik Indonesia melalui program kerja dan event (Vania et al., 2023). Program kerja ini dapat mencakup edukasi masyarakat tentang sejarah dan filosofi batik, pelatihan membuat batik untuk generasi muda, hingga kolaborasi dengan komunitas seni dan budaya untuk mengembangkan motif-motif baru yang tetap berakar pada tradisi. Selain itu, penyelenggaraan event yang menarik dan relevan dapat menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan pelestarian batik. Contohnya adalah kegiatan yang dilakukan pada hari batik nasional tanggal 2 Oktober. Selain menjadi pionir batik di Kota Blitar, Duta Batik Blitar juga berpartisipasi dalam "Semarak Batik dan Kopi", yang dirancang dengan bekerja sama menggandeng pemerintah dan komunitas pecinta kopi Kota Blitar untuk memperkenalkan batik dan mempromosikan UKM unggulan di Kota Blitar. Banyak program duta batik yang sudah

terealisasi, seperti Ngabuburit Sparkling Blitar, Festival Batik Blitar Keren, Ngabuburich, Lokakarya Fest, Safari Pembatik dan Fashion Show (Vania et al., 2023).

Selain acara tersebut, Duta Batik juga menghadiri kegiatan Dinas Perindustrian dan Perdagangan seperti penugasan di Blitar Djadoel, Hari Koperasi, dll. Mereka juga selalu menggunakan batik di acara penting, sehingga dilihat oleh khalayak ramai, seperti parade fashion serta mendatangi stand-stand batik saat ada event besar untuk mempromosikan batik. Menurut narasumber, banyak masyarakat, khususnya yang tinggal di Kota Blitar, merasa terbantu melalui event-event Duta Batik ini. Produk batik yang mereka hasilkan semakin dikenal dan mengalami peningkatan penjualan. Peningkatan ini tidak langsung melejit dalam satu hari, tetapi meningkat sedikit demi sedikit seiring berjalannya waktu. Program tersebut mampu mempengaruhi masyarakat secara keseluruhan, tidak hanya di Blitar tetapi juga di tingkat yang lebih tinggi. Banyak pengrajin batik mulai terkenal karena branding yang dilakukan oleh organisasi Duta Batik Blitar. Banyak juga penggiat UMKM yang meminta kerja sama secara teratur karena mereka merasakan dampak yang luar biasa saat bekerjasama dengan Duta Batik Blitar lantaran konsumen yang datang tidak hanya dari kota Blitar, tetapi sampai luar kota (Vania et al., 2023).

Terakhir, adalah iklan dan konten-konten Duta Batik yang mempengaruhi minat dan kebiasaan masyarakat dalam mengenal sebuah produk (Vania et al., 2023). Media sosial mampu mengubah cara masyarakat berkomunikasi dan berinteraksi terkait batik. Namun, tidak semua hal selalu berdampak positif. Pasti akan ada dampak negatif dari adanya media, apalagi media sosial. Beberapa dampak negatif dari hal ini adalah penurunan kualitas produk batik karena banyak sekali pedagang yang menjual produk dengan online jadi tidak memberikan kualitas yang terbaik. Batik-batik tersebut dibuat hanya untuk keuntungan yang akan diperoleh, mengabaikan nilai seni dan kebudayaannya, dan pasti persaingan akan semakin ketat. Selain itu hal lain yang mungkin terjadi adalah pemalsuan produk batik, tindakan ini dilakukan dengan membuat replika batik yg meniru nama brand tertentu yang kurang berkualitas dan menjualnya sebagai produk asli. Hal ini dapat merugikan konsumen dan merusak reputasi batik. Kedua dampak negatif tersebut dapat berujung kepada hilangnya keaslian batik, hal ini dipicu karena upaya untuk memenuhi permintaan besar produksi batik (Vania et al., 2023).

Sebagai pencegah efek negatif dari promosi batik di media sosial, dapat dimulai dengan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran tentang budaya batik. Penting untuk dipastikan pada setiap kampanye promosi batik dikombinasikan dengan pemahaman tentang sejarah, makna, dan proses pembuatan batik. Ini memastikan pemahaman masyarakat tentang budaya yang ada di balik batik. Sangat penting juga untuk bekerja sama dengan pengrajin batik lokal karena ini mendukung komunitas pengrajin tradisional dan menjamin bahwa batik yang dipromosikan adalah asli dan berkualitas tinggi.

Terlepas dari dampak negatif dan positif media massa dalam promosi batik, kita harus tetap fokus tentang bagaimana Duta Batik tersebut telah mampu menyampaikan kreativitas dan kemampuan mereka di media sosial demi tercapainya tujuan bangsa, yaitu melestarikan budaya leluhur.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Pengaruh Korean Style terhadap penggunaan batik di kalangan generasi muda Indonesia menunjukkan dinamika yang menarik dalam dunia fashion. Trend Korean Style yang modern dan inovatif telah berhasil menarik minat generasi muda Indonesia, mempengaruhi preferensi fashion mereka. Namun, alih-alih menggantikan batik, Korean Style justru mendorong adopsi batik dalam cara yang lebih segar dan kontemporer. Banyak desainer muda yang kreatif menggabungkan elemen batik dengan gaya Korean Style, menciptakan perpaduan yang unik antara tradisional dan modern, sehingga batik menjadi lebih relevan dan menarik bagi generasi muda.

Secara sosial, pengaruh ini membantu memperkuat identitas budaya generasi muda Indonesia, memungkinkan mereka untuk merasa bangga mengenakan batik dalam gaya yang sesuai dengan selera modern mereka. Selain itu, dari perspektif ekonomi, tren ini membuka peluang baru bagi industri batik lokal, dengan meningkatnya permintaan untuk desain batik yang lebih inovatif. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan perlunya inovasi dalam desain batik dan strategi promosi yang relevan agar batik dapat kembali menarik minat generasi muda di tengah derasnya pengaruh budaya populer asing. Dengan demikian, pengaruh Korean Style tidak hanya mempertahankan, tetapi juga mempromosikan batik di kalangan generasi muda Indonesia, memastikan bahwa warisan budaya ini tetap hidup dan berkembang di tengah arus globalisasi.

## REFERENSI

- Anggita Septhesia, D. (2019). Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual 2020 Penerapan Brand Batique Terhadap Tren Fashion Generasi Milenial Sebagai Alternatif Melestarikan Batik Indonesia.
- Jannah, S. R., Khoirunnisa, Z., & Faristiana, A. R. (2023). Pengaruh Korean Wave Dalam Fashion Style Remaja Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Kebudayaan Dan Agama*, 1(3), 11–20. <https://doi.org/10.59024/jipa.v1i3.219>
- Karlina, A., Nurochman, I., Risanto, W., Seliah, S., & Selasi, D. (2024). Eksplorasi Proses Pembuatan Batik Tulis Di Plered: Tehnik, Tradisi Dan Inovasi. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(6), 622-626.
- Lestari, M. D., Santoso, A., & Riawan, R. (2024). Pengaruh Fashion Consciousne, Materialism dan Fashion Involvement terhadap Keputusan Pembelian Batik oleh Anak Muda di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 995-1001.
- Muhaditia, M., Narawati, P. C., & Lisnawaty, R. Y. (2022). Pengaruh Korean Waves Terhadap Fashion Remaja Indonesia. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora*, 1(01), 138-153.
- Muhammad, F., Priambudi, D. A., & Zahira, F. (2020). Kharisma Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia Di Era Globalisasi. <https://www.researchgate.net/publication/345139735>
- Muhaditia, M., Narawati, P. C., & Lisnawaty, R. Y. (2022). Pengaruh Korean Waves Terhadap Fashion Remaja Indonesia. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora*, 1(01), 138-153.
- Pratamartatama, W. A., Fredline, R. A., & Djunaidi, M. L. P. (2024). Pengaruh Budaya Asing Terhadap Trend Fashion Mahasiswa Maranatha. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(2), 1178-1189.
- Pambudi, K., & Nasywa, N. (2023, November). Peran Duta Batik Sebagai Media Pelestarian Batik Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS) (Vol. 2, pp. 1490-1501)*.
- Septhesia, D. A. (2021). Penerapan Brand Batique Terhadap Tren Fashion Generasi Milenial Sebagai Alternatif Melestarikan Batik Indonesia. *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV)*, 1(1), 209-216.
- Siregar, A. P., Raya, A. B., Nugroho, A. D., Indana, F., Prasada, I. M. Y., Andiani, R., Simbolon, T. G. Y., & Kinasih, A. T. (2020). Upaya Pengembangan Industri Batik di Indonesia. *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah*, 37(1). <https://doi.org/10.22322/dkb.v37i1.5945>
- Vania, A., Nabila1, A., Pambudi2, K., & Nasywa, N. (2023). Peran Duta Batik Sebagai Media Pelestarian Batik Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional*, 1490–1501
- Wicaksono, M. A., Patricia, A., & Maryana, D. (2021). Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style di Indonesia. *Desember*, 2(2), 74.