

BATIK SEBAGAI REPRESENTASI IDENTITAS NASIONAL DALAM PERSPEKTIF GEN Z

Elvin Nur Azizah¹, Erick Erlando², Eva Luthfiyyatun Nadiroh³, Fauziah Dian Anindya⁴, Haryo Bayu Samudro⁵, dan Hayana Qanitahturhadi^{6*}.

¹Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

* Email: hayanaqanitahturhadi@mail.ugm.ac.id

Article Info	Abstract
<p>Article History Received: 11 Dec 2024 Revised: 10 January 2025 Published: 16 January 2025</p> <p>Keywords: Batik; National Identity; Perspective; Generation Z</p>	<p><i>Generation Z (Gen Z) is a group of individuals born between 1997 until 2012 and grew up in a digital era full of technological advancements such as the internet, smartphones, and social media, thus dubbed as digital natives. Batik is an Indonesian cultural heritage that has existed since the 16th century. It is a work of applied fine art that decorates cloth using wax. Generation Z living in modern times needs an understanding of batik as one of the nation's wealth. In addition, the contemporary batik trend that continues to invade the younger generation causes many positive and negative issues. This study aims to determine the interest in wearing batik and Generation Z's perspective on wearing batik in the campus environment as a representation of nationalism and maintaining national identity. The research method used is quantitative research, which is done by distributing questionnaires to Generation Z at universities throughout Indonesia. The purpose of this questionnaire is to find out the interest in wearing batik, views on modern batik trends, and batik as a representation of nationalism. The results of the study indicate that most respondents appreciate the modern batik trend and express a strong interest in incorporating it into their daily lives.</i></p>

Artikel Info	Abstrak
<p>Sejarah Artikel Diterima: 11 Des 2024 Direvisi: 10 Januari 2025 Dipublikasi: 16 Januari 2025</p> <p>Kata kunci: Batik; Identitas Nasional; Perspektif; Generasi Z</p>	<p><i>Generasi Z (Gen Z) adalah kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan tumbuh dalam era digital yang penuh dengan kemajuan teknologi seperti internet, smartphone, dan media sosial, sehingga dijuluki sebagai digital natives. Batik adalah warisan budaya Indonesia sejak abad ke-16 berupa karya seni rupa terapan kain bercorak yang ditorehkan lilin malam. Generasi Z yang hidup pada masa modern memerlukan pemahaman mengenai batik sebagai salah satu kekayaan bangsa. Selain itu, tren batik modern yang terus menginvasi kalangan generasi muda menyebabkan banyaknya permasalahan yang positif maupun negatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat pemakaian batik dan perspektif generasi Z terhadap pemakaian batik di lingkungan kampus sebagai representasi cinta tanah air dan menjaga identitas nasional. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada generasi Z pada universitas di seluruh Indonesia. Tujuan kuesioner ini untuk mengetahui minat pemakaian batik, pandangan terhadap tren batik modern, dan batik sebagai representasi cinta tanah air. Hasil studi menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyukai tren batik modern dan memiliki minat besar dalam pemakaiannya di kehidupan sehari-hari.</i></p>

PENDAHULUAN

Generasi Z (Gen Z) adalah kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan tumbuh di era digital yang penuh dengan kemajuan teknologi seperti internet, ponsel pintar, serta media sosial, sehingga dijuluki sebagai *digital natives* (Saputra & Lestari, 2021). Gen Z menunjukkan pola pikir yang kritis, terbuka terhadap keberagaman, dan memiliki kepedulian tinggi terhadap masalah global. Dalam kesehariannya, mereka memanfaatkan teknologi untuk pendidikan, hiburan, dan interaksi sosial, menjadikan media sosial sebagai ruang utama untuk berkomunikasi, berkreasi, dan mengekspresikan diri. Selain itu, Gen Z dikenal progresif, inovatif, dan memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat, meski sering menghadapi tantangan seperti kecemasan terkait masa depan dan dampak psikologis dari media sosial. Sebagai generasi yang berorientasi pada visual, Gen Z lebih menyukai konten berupa video pendek dan gambar daripada teks panjang, dengan *platform* seperti TikTok, YouTube, dan Instagram menjadi favorit mereka. Selain itu, dengan sifat ambisius dan individualis, Gen Z terus berusaha mencapai tujuan mereka, baik di bidang profesional maupun dalam pengembangan diri, sembari menunjukkan perhatian terhadap nilai-nilai inklusif dan keberlanjutan.

Pada era modern di saat Gen Z mendominasi populasi masyarakat, timbul berbagai permasalahan mengenai budaya, salah satunya ialah batik, yang merupakan kain bercorak khas Nusantara. Menurut Widoyo (2021), munculnya permasalahan mengenai batik disebabkan oleh globalisasi, mengakibatkan banyaknya Gen Z yang menggunakan *fashion* kebarat-baratan dan hampir melupakan adanya batik. Banyak merek lokal yang menciptakan produk dengan gaya *fashion* luar negeri sehingga hanya sedikit yang menyentuh unsur kebudayaan seperti batik. Di era ini, sebagian besar Gen Z lebih menyukai *fashion* modis dengan gaya barat atau Asia Timur, sementara batik dianggap hanya cocok untuk digunakan menghadiri acara formal (Sandi, Hasanah, & Lesmana, 2020). Padahal, batik yang merupakan seni rupa terapan berupa kain bercorak yang ditoreh lilin malam, adalah hasil warisan budaya Indonesia yang sudah ada sejak abad ke-16. Batik bukan sekadar karya seni yang menampilkan keindahan, melainkan terdapat nilai filosofi dan nilai spiritual di setiap goresan lilinnya. Batik diresmikan menjadi warisan pusaka dunia oleh United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) pada tanggal 2 Oktober 2009. Ditetapkannya batik selaku warisan pusaka dunia menjadikan tanggal 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional (Supriono, 2016).

Batik merupakan salah satu identitas bangsa Indonesia, dimana ketika melihat seseorang yang menggunakan batik, maka orang tersebut secara otomatis akan disangka sebagai warga negara Indonesia. Dengan begitu, batik menjadi simbol pembeda dari bangsa lainnya. Pada era modern, banyak hal mengalami perubahan cepat, khususnya dalam bidang *fashion*. Perubahan ini turut serta berdampak pada penggunaan batik. Hal ini disebabkan adanya pengaruh dari tren luar sehingga memadukan pakaian motif batik dengan pakaian yang modern. Penggunaan batik di era modern bukan hanya digunakan dalam acara formal, melainkan dapat digunakan oleh siapa saja tanpa memandang tingkatan sosial. Selain itu, perubahan juga terjadi pada motif, warna, dan desain yang semakin beragam (Fitriani, 2023).



Gambar 1. Mahasiswa Magister Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada menggunakan baju batik di Hari Batik Nasional (Sumber: detik.com)

Identitas nasional merupakan jati diri suatu bangsa yang membedakan antara bangsa satu dengan bangsa lainnya. Pada era globalisasi, banyak peristiwa mengenai lunturnya identitas tersebut di kalangan pelajar dan pemuda, seiring dengan perkembangan IPTEK yang semakin pesat dan luas. Era globalisasi menjadikan kalangan muda bangsa Indonesia lebih tertarik pada budaya baru dari luar sebab menganggap bahwa budaya barat lebih modern dibanding dengan budaya sendiri, baik dari cara bersikap, berpakaian, berbicara, maupun pola hidupnya. Situasi ini selain akan mempengaruhi struktur kehidupan masyarakat, berbangsa, dan bernegara di Indonesia, juga akan mempengaruhi sikap serta tindakan masyarakat Indonesia dalam kehidupannya (Hamisa, Pratiwi, Fijianto, & Alfaris, 2023).

Cinta tanah air didefinisikan sebagai rasa kasih sayang dan kepedulian terhadap negara tempat seseorang lahir, tumbuh, dan menjalani kehidupannya. Perasaan ini mencakup kebanggaan, rasa memiliki,

penghormatan, dan kesetiaan yang mendalam kepada tanah air. Sikap cinta tanah air dapat dibangun dengan memperkenalkan nilai-nilai budaya, berbagi pengetahuan tentang warisan bangsa, serta menunjukkan apresiasi terhadap keunikan bangsa sendiri. Rasa bangga terhadap negeri dapat diwujudkan melalui pelestarian budaya lokal, salah satunya dengan memperkenalkan batik. Batik tulis, sebagai salah satu warisan budaya Indonesia, berfungsi tidak hanya sebagai karya seni tetapi juga sebagai media komunikasi non-verbal. Melalui batik, generasi muda dapat menumbuhkan rasa cinta dan kebanggaan terhadap tanah air, mempererat hubungan emosional dengan budaya bangsa, serta mengapresiasi kekayaan tradisi yang menjadi identitas Indonesia (Ulifah & Suwanda, 2020). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat dan perspektif Generasi Z terhadap pemakaian batik di lingkungan kampus sebagai representasi cinta tanah air dan pelestarian identitas nasional.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif menggunakan pendekatan *rating*. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode sistematis yang spesifik dan terstruktur yang digambarkan melalui tabel, grafik, atau diagram serta angka-angka yang terdapat di dalam datanya (Ghodang & Hantono, 2020). Pendekatan ini dipilih untuk mengukur representasi mahasiswa sebagai generasi Z terhadap batik di lingkungan kampus sebagai wujud cinta tanah air untuk menjaga identitas nasional Indonesia. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menghitung dan mendapatkan bobot masing-masing kriteria yang menguraikan batik sebagai representasi cinta tanah air melalui pemakaian dan modernisasi. Pengumpulan data dilakukan melalui riset dengan penyebaran kuesioner dan studi kajian pustaka. Kuesioner berisi pertanyaan yang berkaitan dengan minat mahasiswa sebagai Generasi Z terhadap pemakaian batik, batik sebagai representasi cinta tanah air, dan modernisasi batik sebagai wujud menjaga identitas bangsa.

Pertanyaan yang ditanyakan dalam kuesioner pada bagian pertama berisi nama, umur, asal daerah, serta asal fakultas responden. Pertanyaan yang ditanyakan dalam kuesioner pada bagian kedua berisi minat responden terhadap pemakaian batik dan frekuensi pemakaian batik di lingkungan kampus, pandangan responden terhadap batik sebagai identitas nasional dan cinta tanah air, pandangan dan frekuensi responden terhadap pemakaian tren batik, serta modernisasi batik. Target responden adalah mahasiswa pada seluruh universitas di Indonesia dengan batas umur 19 hingga 24 tahun atau sesuai dengan batas umur generasi Z. Analisis data dilakukan dengan mengumpulkan dan mengelompokkan data ke dalam kategori. Data dianalisis menggunakan aplikasi *Microsoft Excel* dengan menghitung frekuensi dan persentase tiap kategori yang ditentukan. Frekuensi dan persentase ditafsirkan menjadi bentuk penyimpulan hasil dan disajikan menggunakan tabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Kuesioner dibuat menggunakan *Google Form* sebagai media pembuatan dan penyebaran kuesioner. Pengumpulan data dilakukan selama tiga hari melalui *platform* media sosial seperti *Whatsapp* dan Instagram. Hasil data yang didapat kemudian diolah, dianalisis, serta ditarik kesimpulan dengan mengacu pada tujuan penelitian yang telah dibuat. Berikut adalah hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang diisi oleh 36 responden dan dianalisis dengan memperhitungkan rata-rata dari setiap faktor.

Tabel 1. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	14	38,9
Perempuan	22	61,1
Total	36	100

Responden yang mengisi kuesioner berjumlah 36 orang yang terdiri atas 14 orang laki-laki dan 22 orang perempuan. Persentase responden laki-laki sebesar 38,95% dan persentase responden perempuan ialah 61,1%. Berdasarkan hasil tersebut, responden yang mendominasi adalah perempuan.

Tabel 2. Jumlah responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
19-20	27	75
21-22	9	25
Total	36	100

Rentang usia generasi Z yang dipilih oleh peneliti berada pada rentang 19-20 dan 21-22 tahun. Responden dalam rentang usia 19-20 tahun terdiri dari 27 orang, sementara responden dalam rentang usia 21-22 tahun sebanyak 9 orang. Persentase responden pada rentang usia 19-20 tahun sebesar 75% dan persentase responden pada rentang usia 21-22 tahun sebanyak 25%. Berdasarkan hasil tersebut, responden yang mendominasi adalah responden pada rentang usia 19-20 tahun. Berkain diartikan sebagai penggunaan selebaran kain dengan berbagai motif yang beragam dari seluruh Nusantara sebagai pakaian sehari-hari sesuai dengan selera dan kreatifitas pengguna kain (Haniyah et al., 2024). Hasil analisis data mengenai tren "berkain batik" menunjukkan sebanyak 44,4% responden sangat menyukai, sebanyak 13,9% responden menyukai, sebanyak 36,1% responden merasa biasa saja, dan 5,6% responden tidak menyukai. Berdasarkan hal tersebut, disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa sebagai Generasi Z sangat menyukai tren berkain sebagai tren mode batik modern di masa kini.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan mengenai peminatan Generasi Z terhadap batik dengan memakai batik pada kegiatan akademik, diperoleh hasil bahwa sebanyak 25% responden jarang memakai batik pada kegiatan akademik, 36,1% responden kadang-kadang memakai batik pada kegiatan akademik, 36,1% responden sering memakai batik pada kegiatan akademik, dan sebanyak 2,8% sangat sering memakai batik pada kegiatan akademik di lingkungan kampus. Kesimpulan yang didapatkan dari analisis mengenai minat Generasi Z terhadap pemakaian batik pada kegiatan akademik adalah responden dengan frekuensi kadang-kadang dan sering memakai batik mendominasi pemakaian batik pada kegiatan akademik di lingkungan kampus.

Berdasarkan analisis perspektif Generasi Z terhadap pemakaian batik sebagai representasi cinta tanah air, sebanyak 86,1% responden menganggap bahwa batik merepresentasikan cinta tanah air, sebanyak 11,1% responden menganggap netral, dan sebanyak 2,8% responden menganggap pemakaian batik tidak merepresentasikan cinta tanah air. Mayoritas Generasi Z menganggap bahwa pemakaian batik pada kehidupan sehari-hari maupun pemakaian pada kegiatan akademik merepresentasikan rasa cinta tanah air yang dimiliki oleh masing-masing responden. Tidak semua Generasi Z menganggap bahwa batik merupakan identitas nasional yang dimiliki oleh Indonesia. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh persentase sebanyak 91,7% responden menganggap bahwa batik merupakan identitas nasional Indonesia, 5,6% responden merasa netral, dan 2,8% responden menganggap bahwa batik bukan merupakan identitas nasional yang dimiliki oleh Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden Generasi Z menganggap bahwa batik merupakan identitas nasional Indonesia.

Berdasarkan hasil analisis data mengenai kesopanan dalam pemakaian batik, sebanyak 86,1% responden menganggap bahwa diperlukan kesopanan dalam pemakaian batik, 11,1% responden merasa netral, dan sebanyak 2,8% responden merasa tidak diperlukan kesopanan dalam pemakaian batik. Berdasarkan hasil analisis data mengenai motif asli batik yang melambangkan corak keragaman batik di Indonesia yang perlu dipertahankan, sebanyak 63,9% responden menganggap bahwa sangat diperlukan pemertahanan terhadap motif asli batik di Indonesia, 22,2% responden diperlukan pemertahanan terhadap motif asli batik di Indonesia, 11,1% responden merasa netral, dan 2,8% responden menganggap bahwa sangat tidak diperlukan pemertahanan motif asli batik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Generasi Z menganggap perlu mempertahankan kesopanan dan motif asli batik pada pemakaian batik dalam kehidupan sehari-hari maupun pada kegiatan akademik.

Batik sebagai identitas nasional perlu dilestarikan dan dijaga keberlangsungan dan keberlanjutannya, khususnya bagi Generasi Z. Berdasarkan hasil analisis data, didapatkan hasil bahwa sebanyak 88,9% responden menyetujui bahwa pemakaian batik merupakan bentuk pelestarian budaya dan identitas nasional,

sebanyak 8,3% responden merasa netral, dan sebanyak 2,8% merasa tidak menyetujui bahwa pemakaian batik merupakan cara untuk melestarikan budaya dan identitas nasional.

B. Pembahasan

Mode batik di era modern ini sudah berkembang dengan pesat. Adanya kombinasi antara batik dengan model baju kekinian menjadi salah satu bukti bahwa batik telah mengalami perkembangan. Mulai dari motif, warna, dan desain yang dijadikan sebagai satu kesatuan dalam suatu karya sehingga menjadi batik modern. Dengan kombinasi warna yang beragam dan motif batik yang variatif menjadikan batik sebagai simbol masa kini (modern) dengan penuh gaya. Selain itu tren fashion yang masuk menjadikan batik yang unik namun tetap mengandung nilai filosofi dibaliknya. Sebagai contoh tren "berkain" yang populer di kalangan Gen Millennial dan Gen Z, yang dimana batik dipadukan dengan gaya yang casual ataupun formal seperti kemeja, blouse, jas, rok dan lain-lain (Fitriani, 2023). Dengan adanya tren tersebut dapat meningkatkan kecintaan terhadap tanah air dan lebih menghargai karya bangsa. Adanya tren "berkain" tentunya berdampak positif karena selain menunjukkan rasa cinta terhadap tanah air juga mendukung produk lokal dan para seniman batik.

Ketertarikan Gen Z terhadap batik sebagai bagian dari fashion dan identitas budaya semakin berkembang, terutama di Indonesia. Kesadaran akan pentingnya melestarikan tradisi lokal menjadi salah satu faktor utama, ditambah dengan hadirnya desain batik yang lebih modern dan inovatif (Ahmad, 2023). Kombinasi antara motif khas batik dan tren fashion kontemporer membuat batik semakin relevan dalam gaya berpakaian sehari-hari. Selain itu, media sosial memainkan peran penting dalam mengenalkan dan mempromosikan batik kepada Gen Z. Platform seperti Instagram dan TikTok menjadi wadah untuk mengeksplorasi inspirasi gaya dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka, menjadikan batik populer di kalangan anak muda. Faktor lain yang mendorong minat terhadap batik adalah kualitas produk, desain yang menarik, serta branding yang mengedepankan nilai budaya. Inovasi dalam pemasaran digital, seperti kolaborasi dengan seniman lokal dan kampanye daring, juga berhasil menarik perhatian Gen Z. Dukungan terhadap produk lokal dan kesadaran akan keberlanjutan ekonomi masyarakat juga menjadi pendorong tambahan bagi generasi muda untuk lebih memilih batik sebagai bagian dari gaya hidup (Saraswati, 2022).

Batik lahir pada abad ke - 16 yang sering disejajarkan dengan generasi yang lahir pada era *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y. Penggunaan batik merupakan salah satu wujud cinta tanah air (Juniarti & Prathama, 2023). Sejarah batik di Indonesia berawal dari perkembangan kerajaan Majapahit dan penyebaran ajaran Islam di Jawa. Awalnya batik hanya digunakan sebagai hiasan pada daun lontar yang berisi naskah agar terlihat menarik. Seiring dengan perkembangan batik mulai dikenal media batik pada kain (Wulandari, 2022). Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia, adanya teknologi mendorong kehadiran media sosial sehingga ideologi-ideologi asing akan secara mudah masuk Indonesia dan menyentuh para anak muda yang akrab dengan teknologi (Juniarti & Prathama, 2023). Berdasarkan hasil yang sudah didapatkan mahasiswa di Indonesia menganggap bahwa menggunakan batik sebagai representasi cinta tanah air. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elmiani (2020) bahwa representasi batik sebagai wujud cinta tanah air dan pelestarian budaya yaitu batik digunakan oleh Gen Z untuk melestarikan budaya dan identitas nasional Indonesia, ketika konflik kepemilikan batik muncul di antara Indonesia dan Malaysia.

Pada tahun 1994, Presiden Soeharto memperkenalkan batik kepada dunia melalui forum *Asia-Pacific Economic Cooperation* (APEC) yang diselenggarakan di Istana Bogor. Strategi ini didasarkan pada visi Soeharto untuk memanfaatkan peluang memperkenalkan seni membatik sebagai bagian dari identitas nasional Indonesia di kancah global. Langkah ini tidak hanya meningkatkan pengakuan dunia terhadap batik tetapi juga memperkuat posisinya sebagai simbol budaya Indonesia. Selanjutnya, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, presiden keenam Indonesia, berperan penting dalam mengajukan batik sebagai warisan budaya Indonesia. Usaha tersebut membuahkan hasil ketika pada 2 Oktober 2009, UNESCO secara resmi mengakui batik sebagai Warisan Budaya Takbenda (Trixie, 2020). Tantangan utama yang muncul adalah bagaimana memastikan batik tetap relevan bagi Generasi Z di tengah derasnya pengaruh westernisasi. Kampanye #BerkainGembira menjadi salah satu contoh dalam membangun kesadaran Generasi Z terhadap budaya berkain, dengan memanfaatkan era globalisasi dan digitalisasi di mana arus informasi menyebar dengan cepat, termasuk produk budaya asing yang masuk melalui media sosial. Sebagai generasi digital, Generasi Z sangat

aware oleh fenomena ini. Melalui kampanye di media sosial, #BerkainGembira telah berkontribusi dalam memperkenalkan budaya lokal, khususnya budaya berkain, kepada Generasi Z. Dengan pendekatan konten kreatif dan pemanfaatan tagar yang populer, kampanye ini berhasil meningkatkan kesadaran Generasi Z terhadap tradisi berkain melalui platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Discord (Adjani, 2024).

Batik merupakan warisan budaya bangsa Indonesia yang patut dilestarikan sebagai simbol identitas nasional, yang bahkan telah dikukuhkan secara internasional oleh UNESCO. Pengakuan internasional menumbuhkan kebanggaan masyarakat Indonesia untuk terus melestarikan budaya batik dari generasi satu ke generasi berikutnya (Zubaedah & Hidayah, 2023). Generasi Z merupakan salah satu generasi yang mendominasi Indonesia pada saat ini, sehingga keberadaannya memainkan peran penting dalam melestarikan batik sebagai identitas nasional. Di era globalisasi yang mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi, Generasi Z dianggap memiliki kemampuan untuk memanfaatkannya dalam mempromosikan batik melalui publikasi batik yang ditampilkan dalam bentuk foto, desain grafis, dan video. Seperti halnya hasil penelitian ini, sebagian besar Generasi Z sangat menyukai tren berkain sebagai tren mode batik modern di masa kini. Hal tersebut menandakan bahwa batik merupakan budaya Indonesia yang masih relevan hingga saat ini, bahkan ketika zaman sudah modern. Generasi Z memiliki andil yang besar dalam fenomena ini, sebab merekalah generasi yang menjadikan "berkain" sebuah tren yang populer, terutama di media sosial. Tren tersebut dapat diperkuat lagi dengan penambahan cerita menarik di balik motif batik yang diunggah pada media sosial, sehingga penonton tidak hanya terpicat dengan cantiknya motif batik, tetapi juga mengetahui makna yang ada di dalamnya. Selain itu, pelestarian budaya batik oleh Generasi Z dapat dilakukan melalui peningkatan pemakaian batik dalam keseharian sehingga batik tidak dianggap sebagai pakaian yang hanya digunakan dalam acara formal dan hari batik (Nugroho & Reswari, 2024). Oleh karena minat generasi muda yang cenderung menyukai pakaian kasual, batik juga dapat dibubuhkan dalam desain pakaian seperti jaket, *sneakers*, atau aksesoris trendi tanpa menghilangkan nilai tradisionalnya. Melalui cara tersebut, anak muda termasuk Generasi Z akan lebih suka memakai batik dibandingkan batik yang dijadikan sebatas kemeja saja.

KESIMPULAN

Hingga kini, mahasiswa dari berbagai kampus di Indonesia berminat untuk memakai batik, baik di kehidupan sehari-hari maupun dalam kegiatan akademik. Mahasiswa sebagai Generasi Z mampu menafsirkan bahwa batik merupakan kekayaan bangsa dan salah satu harta benda negara yang sudah seharusnya dijaga dan dilestarikan. Melalui penelitian ini, diperoleh hasil bahwa sebanyak 88,9% responden menyetujui bahwa pemakaian batik merupakan bentuk pelestarian budaya dan identitas nasional. Cinta dan bangga dengan pemakaian batik telah menjadi wujud merepresentasikan cinta tanah air dan pelestarian terhadap identitas nasional Indonesia, khususnya dari perspektif Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (2023). *Generasi muda dan warisan budaya: Studi ketertarikan terhadap batik*. Jakarta: Penerbit Nusantara.
- Adjani, S.M. (2024). Wastra batik as a fashion interest among Generation Z in the community of Remaja Nusantara. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 8(1), 280-285. <https://doi.org/10.36526/santhet.v8i1.3447>
- Elmiani, H.I. (2020). Motivasi milenial pada penggunaan *outfit* batik (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2), 108-120. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/183048>
- Fitriani, R. (19 Oktober 2023). *Batik: Warisan budaya hingga menjadi tren fashion di era modern*. Diakses dari: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2023/10/19/batik-warisan-budaya-hingga-menjadi-tren-fashion-di-era-modern>
- Ghodang, H. & Hantono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif: Konsep dasar dan aplikasi analisis regresi dan jalur dengan SPSS*. Medan: Mitra Group

- Hamisa, W., Pratiwi, Y. S., Fijianto, D., & Alfaris, L. (2023). Upaya Mempertahankan Identitas Nasional bagi Generasi Muda di Era Globalisasi. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(3), 7463-7472. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/3008>
- Haniyah, A., Pujaastawa, I.B.G., & Sutrisno, N. (2024). Implikasi keberadaan komunitas cinta berkain Indonesia (KCBI) Provinsi Bali di Kota Denpasar. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(8), 21–30. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v4i8.5067>
- Juniarti, G. & Prathama, N.A. (2023). Adanya nasionalisme di media digital (Analisis *tweet* tentang baju batik pada KTT G20). *Jurnal Jambura Pendidikan Kewarganegaraan*, 3(1), 253-267. <https://doi.org/10.37905/jacedu.V2i1.14503>
- Nugroho, M.F.A. & Reswari, N.Z.Y. (2024). Kampanye budaya hari batik guna meningkatkan kecintaan Gen-Z pada batik. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 2(1), 343-350. <https://doi.org/10.572349/kultura.v2i1.934>
- Sandi, S.P.H., Hasanah, R.U., & Lesmana, D. (2020). Pengembangan dan pelestarian eb batik di era modern. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 1-10. <http://journal.ubpkarawang.ac.id/mahasiswa/index.php/JMMA/article/download/29/23>
- Saputra, A. & Lestari, M. (2021). Pengaruh media sosial terhadap kesehatan mental Gen Z. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 14(3), 89-100. <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jpkws/article/view/180>
- Saraswati, R. (2022). *Media Sosial dan Transformasi Fashion Batik*. Yogyakarta: Citra Media
- Supriono, P. (2016). *The Heritage of Batik-Identitas Pemersatu Kebanggaan Bangsa*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Trixie, A.A. (2020). Filosofi motif batik sebagai identitas bangsa Indonesia. *Folio*, 1(1), 1-9. <https://journal.uc.ac.id/index.php/FOLIO/article/view/1380>
- Ulifah, D. & Suwanda, I.M. (2020). Strategi sekolah dalam menanamkan sikap cinta tanah air pada peserta didik di SMPN 1 Tarik Kabupaten Sidoarjo. *Kajian Moral Dan Kewarganegaraan*, 8(3), 871-886. <https://doi.org/10.26740/kmkn.v8n3.p871-886>
- Widoyo, H. (2 Februari 2021). *Melestarikan budaya batik pada generasi muda*. <https://binus.ac.id/character-building/2021/02/melestarikan-budaya-batik-pada-generasi-muda/>
- Wulandari, A. (2022). *Batik Nusantara: Makna filosofis, cara pembuatan, dan industri batik*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Zubaedah, S. & Hidayah, U.N. (2023). Batik dan media pembelajaran: Upaya melestarikan budaya lokal Dusun Giriloyo Desa Wukirsari Kapanewon Imogiri Bantul. *PAUDIA: Jurnal Penelitian dalam Bidang Pendidikan Anak Usia Dini*, 12(1), 103-115. <https://doi.org/10.26877/paudia.v12i1.11315>