

PERSEPSI REMAJA KOTA SURABAYA TERHADAP PRODUK BATIK

Parwita Setya Wardhani

Dosen STIE Mahardhika Surabaya
e-mail: evi.thelia@gmail.com

Abstract

Batik is one of the culture of the nations that should keep preserved. Since the days of the kingdom and batik have been living and developing has been proven by relief-relief which is found on the wall of the temples. Shades of batik and variation produced was adapted to the philosophy and culture each regions. The role of the wider community is to continue maintaining and preserving Batik. Not only the adults people but also the young generation and teenagers have to come to support this culture. this study conducted to get answers to the question how is the perception of teenagers throughout Surabaya towards batik products. This study using methods of quantitative with an analysis descriptive statistics , and the sample collected done is randomly .The results of the analysis in this research we can conclude that the perception of teenagers to products of batik is very positive. Most of teenagers in Surabaya have a batik product, and wearing it without embarrassed, while they participated in promoting of batik products. However, they want the batik product packed that accordance with their tastes, including its design and the type of products is not limited to clothing developed into a product that is often they used in daily activities, like bags, accessories and so on. Intentionally, the result of this analysis suggest for the society, artisans, businessmen to introduce and designers and placing the products on the market. Thus batik as the culture of the nations can be continuously maintained

Keywords: Teenagers, batik products, perception, and attitude

Pendahuluan

Batik telah hidup dan berkembang sejak zaman raja-raja, terbukti dengan relief-relief yang terdapat pada candi-candi. Fakta tersebut dapat diangkat menjadi bukti bahwa batik sebagai budaya bangsa Indonesia. Sejak saat itu dari tahun ketahun batik terus dipertahankan dan menjadi bagian dari kebutuhan, Sehingga batik sekarang tersebar ke berbagai daerah di Indonesia. Corak dan variasi batik yang diproduksi pun disesuaikan dengan filosofi dan budaya masing-masing daerah. Budaya bangsa Indonesia yang kaya dan beragam telah mendorong lahirnya berbagai variasi batik dengan ciri kekhususannya sendiri. Kepedulian pemerintah dalam memperjuangkan batik Indonesia sehingga batik mendapat pengukuhan dari UNESCO, tidak terlepas dari esensi kultural dan historis batik Indonesia. Nilai budaya tak benda dari batik antara lain terkait dengan ritual pembuatan, ekspresi seni, simbolisme ragam hias, dan identitas budaya daerah. Pembuatan batik di beberapa daerah yang diawali dengan ritual khusus bertujuan untuk memberikan nilai estetika dan filosofi terhadap batik secara mendalam. Pengukuhan batik oleh UNESCO bukan semata-mata didasarkan pada batik itu sendiri tetapi lebih didasarkan pada nilai estetika yang terkandung dalam batik. Legitimasi batik sebagai Global Cultural Heritage oleh UNESCO diharapkan dapat berkontribusi positif secara multidimensi bagi masyarakat di Indonesia pada khususnya dan masyarakat dunia pada umumnya.

Dalam rangka menanggapi dampak positif dari Global Cultural Heritage dan klaim Malaysia beberapa waktu yang lalu, munculah berbagai komunitas yang merevitalisasi batik. Dengan adanya

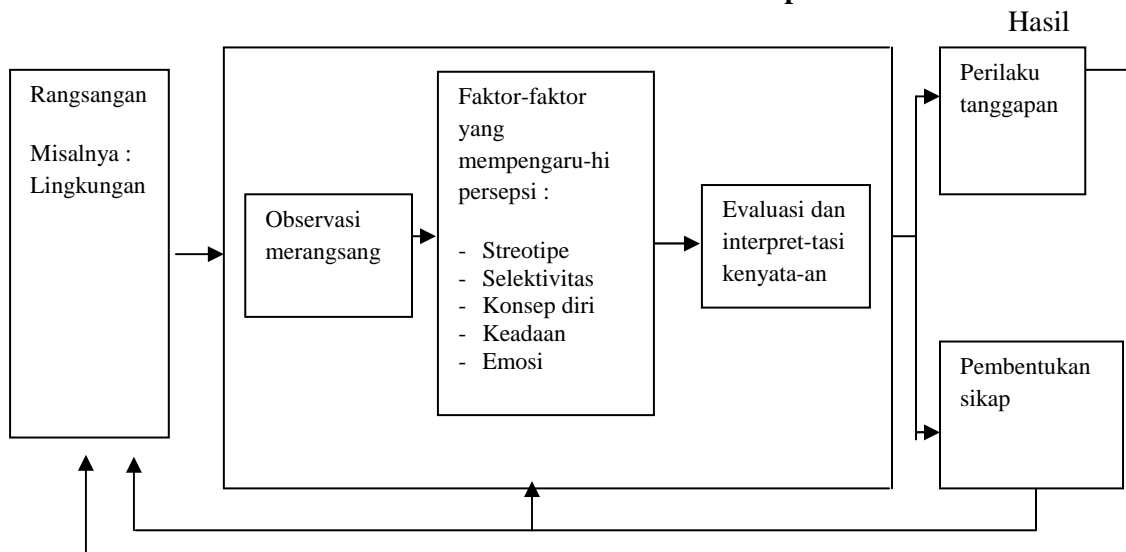
revitalisasi menyebabkan di pasar-pasar tradisional, supermarket, dan butik terpajang berbagai macam corak dan desain. Revitalisasi desain ditemukan pada usia anak-anak, remaja hingga dewasa. Desain itu dapat dalam bentuk lembaran maupun pakaian jadi. Dari berbagai desain yang dipajang dapat dijangkau oleh kalangan atas dan bawah. Bagi yang ingin membuat desain sendiri dapat menggunakan lembaran. Greget batik yang diungkapkan di atas apakah akan terus bertahan. Inilah yang perlu dipikirkan oleh pemerintah, masyarakat, dan pengusaha batik. Greget batik ini bukan merupakan respon phobia tetapi merupakan embrio positif dan berkelanjutan. Harapan tersebut kiranya sulit diwujudkan apabila masih terdapat masyarakat yang apatis terhadap batik. Sebagai contoh dikalangan mahasiswa masih banyak yang belum memakai batik. Perbandingan antara mahasiswa yang memakai batik dan yang tidak memakai mencapai 1:100. Padahal, mahasiswa merupakan agen sosial yang dapat memikul keberlangsungan budaya batik batik (. Muhammad Munif Label: Respon Masyarakat Terhadap Batik Sebagai Global Cultural Heritage, Juni 2013).

Untuk mewujudkan pertumbuhan dan perkembangan batik perlu mengajak kantong-kantong sosial yang belum merespon batik agar mau mengembangkan batik. Selain itu pemerintah serta para pengusaha yang berkecimpung dalam bidang tersebut juga harus berperan aktif dalam mengembangkan batik. Pemerintah dapat memberikan kontribusi melalui kebijakan-kebijakan dan regulasi yang berkaitan mulai dari produksi batik hingga pemasaran batik. Dengan adanya campur tangan pemerintah diharapkan dapat meningkatkan kualitas batik yang dihasilkan sehingga batik Indonesia dapat menjadi salah satu komoditas ekspor yang dapat diandalkan. Melihat trend remaja yang masih kurang tertarik terhadap produk batikserta mereka lebih menikmati produk-produk luar yang mereka anggap mampu mengangkat gengsi mereka, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimanakah persepsi remaja terhadap produk batik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi remaja terhadap produk batik, untuk memotivasi remaja mencintai produk batik, untuk memotivasi dunia usaha batik melirik remaja sebagai pangsa pasar mereka.

Bahan dan Metode

Persepsi dapat didefinisikan sebagai *suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka* (Robbins, 2008 ; 88). Sedangkan Gibson (2011;134) mengatakan bahwa persepsi adalah *proses dari seseorang dalam memahami lingkungannya yang melibatkan pengorganisasian dan penafsiran sebagai rangsangan dalam suatu pengalaman psikologis*. Proses persepsi (Gibson, 2011 ;135) digambarkan sebagai berikut pada gambar 1.1 :

Gambar 1. Proses Persepsi



Sumber: Diadaptasi Gibson. 2011.

Stereotype terlalu digeneralisasikan, terlalu disederhanakan, dan dipersepsikan sendiri tentang karakteristik diri seseorang. Persepsi selektif adalah persepsi yang memindahkan kenampakan atau petunjuk negative dan menempatkan (rates) berdasarkan hasil. Orang-orang secara selektif menafsirkan apa yang mereka saksikan berdasarkan kepentingan, latar belakang, pengalaman dan sikap. Keadaan emosi seseorang mempunyai banyak segi dikaitkan dengan persepsi. Emosi yang kuat, seperti tidak senang sama sekali terhadap suatu kebijakan dapat memandang negative kebijakan dan peraturan. Sikap adalah determinan perilaku sebab sikap berkaitan dengan persepsi, keperibadian, dan motivasi. Sebuah sikap adalah perasaan positif atau negative atau keadaan mental yang selalu disiapkan, dipelajari dan diatur melalui pengalaman yang memberikan pengaruh khusus pada respon seseorang terhadap sejumlah obyek-obyek, dan keadaan. Sedangkan komponen perilaku dari sikap mengacu pada kecenderungan seseorang untuk bertindak terhadap seorang atau sesuatu dengan cara tertentu misalnya, hangat, agresif, apatis dan sebagainya.

Sejarah pembatikan di Indonesia berkait erat dengan perkembangan kerajaan Majapahit dan penyebaran ajaran Islam di Tanah Jawa. Dalam beberapa catatan, pengembangan batik banyak dilakukan pada masa-masa kerajaan Mataram, kemudian pada masa kerajaan Solo dan Yogyakarta. Jadi kesenian batik ini di Indonesia telah dikenal sejak zaman kerajaan Majapahit dan terus berkembang kepada kerajaan dan raja-raja berikutnya. Adapun mulai meluasnya kesenian batik ini menjadi milik rakyat Indonesia dan khususnya suku Jawa ialah setelah akhir abad ke-XVIII atau awal abad ke-XIX. Batik yang dihasilkan ialah semuanya batik tulis sampai awal abad ke-XX dan batik cap dikenal baru setelah perang dunia kesatu habis atau sekitar tahun 1920. Adapun kaitan dengan penyebaran ajaran Islam. Banyak daerah-daerah pusat perbatikan di Jawa adalah daerah-daerah santri dan kemudian Batik menjadi alat perjuangan ekonomi oleh tokoh-tokoh pedangan Muslim melawan perekonomian Belanda. Kesenian batik adalah kesenian gambar di atas kain untuk pakaian yang menjadi salah satu kebudayaan keluarga raja-raja Indonesia zaman dulu. Kesenian batik dibawa keluar kraton oleh pengikut raja yang banyak tinggal di luar kraton. Batik telah menjadi kebudayaan di kerajaan Majapahit di daerah Mojokerto dan Tulungagung. Mojokerto adalah daerah yang erat hubungannya dengan kerajaan Majapahit. Riwayat perkembangan pembatikan di daerah ini, dapat digali dari peninggalan di zaman majapahit yang pada saat berkembangnya majapahit daerah Surakarta dan Yogyakarta, pada jaman kerajaan daerah ini. Hal ini tampak pada perkembangan batik di Mojokerto dan Tulung Agung berikutnya lebih dipengaruhi corak batik Solo dan Yogyakarta (warung-raa.blogspot.com/2012/11/batik-jawa-timur_6.html). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis statistik deskriptif. Sampel dalam penelitian ini adalah para remaja (usia 15-20 thn) dengan menggunakan random sampling. Kuesioner terdiri atas 10 item pernyataan yang disebar ke 100 responden.

Hasil dan Pembahasan

Analisis diskripsi responden tampak pada tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Data Responden

	Sangat Setuju	persentase
Mengenal produk batik	0.711423	71,14%

Mempunyai produk berbahan batik	0.849057	84,91%
Bangga menggunakan produk batik	0.817121	81,71 %
Produk batik harus tetap dijaga kelestariannya	0.93985	93,96%
Batik memiliki motif yang menarik	0.830153	83,15%
Harga batik relative terjangkau	0.562771	56,28%
Produk batik mampu bersaing dengan produk luar negeri	0,640244	64,02%
Produk batik untuk kaum remaja masih sangat kurang	0.810277	81,03%
Perlu inovasi baru untuk produk batik yang sesuai selera remaja	0.82375	83,76%
Tidak merasa malu ikut mempromosikan produk batik	0.804264	80,43%

Sumber : data yang diolah, 2014

Gambar 2. Diagram Pie hasil data responden



Sumber : data yang diolah, 2014

Dari sepuluh item pernyataan yang ada, 93,96% remaja mengatakan produk batik harus tetap dijaga kelestariannya. Sedangkan pernyataan yang menyatakan harga batik relative terjangkau hanya 56,28%, dan 64,02 % remaja menyatakan produk batik mampu bersaing dengan produk luar negeri. Para remaja sangat menginginkan produk batik yang dikemas sesuai kebutuhan mereka. Ini terlihat dari 81,03% responden sangat setuju dengan pernyataan produk batik untuk kaum remaja masih sangat kurang. Dan mereka merasa perlu inovasi-inovasi untuk produk batik yang disesuaikan dengan usia mereka, sehingga mereka (para remaja) akan lebih tertarik untuk menggunakan produk batik. Mereka pun tidak merasa malu dan

bangga untuk mempromosikan batik. Tantangan untuk para pengrajin maupun pengusaha untuk ikut serta memajukan dan melestarikan batik, dengan melihat peluang pasar di pangsa pasar remaja. Yang selama ini terlihat masih jauh dari harapan remaja terhadap produk batik.

Pembelajaran atau pengenalan produk batik untuk generasi bangsa memang masih belum terlihat gregetnya. Produk batik lebih banyak dikenalkan dari lingkungan keluarga, sementara di lingkungan sekolah tempat mereka menuntut ilmu seharusnya lebih diperkenalkan, mulai sejarah batik, filosofi batik, sampai pada pentingnya menjaga kelestarian batik karena merupakan salah satu peninggalan kebudayaan bangsa. Dengan begitu, tidak perlu harus terjadi pengklaiman Negara tetangga bahwa batik merupakan budaya mereka baru bangsa kita melontarkan protes. Sementara untuk mendapat pengakuan sebagai warisan budaya dunia, pemerintah Indonesia harus melewati proses yang panjang. Setelah melewati proses nominasi Batik Indonesia ke UNESCO, dilanjutkan dengan pengujian tertutup oleh UNESCO di Paris pada tanggal 11 sampai 14 Mei 2009. Hasilnya pada tanggal 2 Oktober 2009, UNESCO mengukuhkan batik Indonesia sebagai Global Cultural Heritage (Warisan Budaya Dunia) yang berlangsung di Perancis. Harapan dan tujuan pemerintah dan para pihak yang terkait dengan dikukuhkannya batik ini adalah memperkuat legitimasi Indonesia dalam pengembangan batik sebagai salah satu warisan budaya.

Hasil analisis ini juga di dukung dengan survey yang dilakukan sebelumnya oleh Alnia rindang (2010) bahwa sekitar 80% remaja mengaku tidak tahu makna yang terkandung dalam pembuatan batik walaupun banyak diantara mereka yang tahu pengertian dan gambaran budaya batik secara umum. Hal ini terjadi karena tidak adanya mediator yang memberikan pengetahuan secara mendetail tentang batik. Seringkali, informasi yang mereka dapatkan sepotong-sepotong atau hanya merupakan deskripsi umum sehingga penyerapan informasi tidak maksimal. Imbasnya, tidak sedikit remaja yang salah persepsi tentang makna batik. Remaja menganggap budaya tradisional dapat tersaingi oleh budaya-budaya asing karena penyampaian dan sosialisasi yang kurang greget dan menarik. Remaja mengharapkan adanya edukasi budaya berupa sosialisasi atau penyelenggaraan kegiatan yang mendukung budaya batik yang tidak terkesan monoton. Alnia juga mengatakan bahwa remaja menilai perkembangan budaya batik adalah tradisi yang diangkat menjadi trend yang diharapkan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi bangsa. Tren ini memang membuat batik menjadi salah satu aspek yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, tetapi tak sedikit masyarakat yang tidak memahami nilai-nilai filosofis batik yang luhur. Tren bersifat sesaat, sehingga dikhawatirkan budaya batik hanya menjadi budaya yang muncul sesaat kemudian hilang ditelan waktu. Ironisnya, jika budaya batik tetap menjadi suatu budaya yang tradisional, budaya batik tidak akan berkembang hingga seperti saat ini.

Kesimpulan dan Saran

Dari hasil analisis pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi remaja terhadap produk batik sangat positif. Mereka mempunyai produk batik, pernah memakai, dan tidak merasa malu untuk ikut mempromosikan batik. Tetapi mereka menginginkan produk batik dikemas sesuai dengan usia mereka. Termasuk desain dan jenis produknya tidak hanya terbatas pada pakaian tetapi bias dikembangkan menjadi produk yang sering mereka gunakan seperti tas, asesoris dan sebagainya. Implikasi dari penelitian ini diharapkan pihak sekolah memberikan pembelajaran batik sebagai peninggalan budaya bangsa yang harus dilestarikan dan generasi penerus dapat memahami filosofi batik itu seperti apa. Sehingga mereka tidak hanya mengenal bentuk, dan tidak harus diakui oleh Negara lain terlebih dahulu baru kita sadar bahwa itu milik kita. Diharapkan juga peran serta pengusaha dan pengrajin batik untuk memproduksi, mendesign, memasarkan batik sampai ke pangsa pasar remaja dan dengan harga yang terjangkau. Lebih jauh pengenalan batik untuk lebih dikenal para remaja sangat diharapkan peran

masyarakat untuk selalu memakai produk batik pada acara-acara atau kegiatan disekitar. Keterbatasan dari penelitian ini adalah hanya 100 remaja kota Surabaya yang diambil sebagai sampel, dan produk batik yang diteliti secara umum. Sementara batik dari pulau Jawa saja beragam jenis dan asalnya.

Daftar Pustaka

Alnia Rindang, 2010, ekonomi kompasiana.com/wirusaha/capresiasi-remaja-solo

Gibson, Ivancevich, Donnelly, 2011, Organisasi, Perilaku, Struktur, Proses

Muhammad Munif, 2013, Respon Masyarakat Terhadap Batik Sebagai Global Cultural Heritage

Stephen P. Robbins, Timothy., 2008, Perilaku Organisasi

Warung-raa.blogspot.com/2012/11/batik-jawa-timur_6.html