

TIKTOK SEBAGAI MODA UNTUK MELESTARIKAN BATIK DI KALANGAN GENERASI MUDA

I Gusti Ngurah M. Wirajangsa¹, Lussy Ayu Puspita², I Gusti Ngurah Angga Nugraha³

^{1,2,3} Fakultas Kedokteran Universitas Mahasaraswati Denpasar *Corresponding*

author: igustingurahwirajangsa@gmail.com

Abstrak. Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO sebagai warisan budaya takbenda dunia. Namun, minat generasi muda terhadap batik cenderung menurun akibat pengaruh modernisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas media sosial sebagai sarana pelestarian batik di kalangan generasi muda. Dengan metode survei kuantitatif, data dikumpulkan dari 51 responden melalui kuesioner daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok dan Instagram menjadi platform utama yang digunakan untuk mempromosikan batik melalui konten kreatif, seperti tutorial, tantangan, dan kolaborasi dengan influencer. Media sosial tidak hanya meningkatkan kesadaran generasi muda terhadap nilai budaya batik tetapi juga membantu pengrajin lokal memperluas jangkauan pasar. Studi ini menegaskan bahwa media sosial merupakan alat strategis untuk melestarikan batik sebagai identitas budaya yang relevan di era digital.

Kata-Kunci: *Batik, TikTok, Pelestarian Budaya, Generasi Muda, Promosi Digital*

Abstract. *Batik is an Indonesian cultural heritage recognized by UNESCO as an intangible cultural heritage of humanity. However, interest in batik among younger generations has declined due to modernization. This study aims to evaluate the effectiveness of social media as a tool for preserving batik among the youth. Using a quantitative survey method, data were collected from 51 respondents through an online questionnaire. The findings reveal that TikTok and Instagram are the primary platforms utilized to promote batik through creative content, such as tutorials, challenges, and collaborations with influencers. Social media not only enhances youth awareness of batik's cultural values but also helps local artisans expand their market reach. This study highlights social media's strategic role in preserving batik as a relevant cultural identity in the digital era.*

Keywords: *Batik, TikTok, Cultural Preservation, Youth, Digital Promotion*

Pendahuluan

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang telah mendapatkan pengakuan internasional sebagai warisan budaya takbenda oleh UNESCO pada tahun 2009. Sebagai simbol identitas nasional, batik tidak hanya mencerminkan keragaman budaya Indonesia, tetapi menjadi produk seni dan kerajinan yang kaya akan nilai-nilai filosofis dan estetika. Meski demikian, di tengah arus modernisasi dan globalisasi, minat generasi muda terhadap batik cenderung menurun (Putri, 2018).

Media sosial telah menjadi platform yang dominan dalam kehidupan sehari-hari generasi muda. Sebagai sarana komunikasi dan hiburan, media sosial seperti Instagram, Tiktok, X, dan Youtube memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi, pengalaman, serta mempromosikan berbagai produk secara luas. Dalam konteks pelestarian batik, media sosial menjadi alat strategis untuk memperkenalkan batik kepada khalayak muda dengan cara yang kreatif dan interaktif. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk mempengaruhi persepsi dan minat generasi muda terhadap produk lokal, termasuk batik. Kampanye pemasaran digital yang melibatkan influencer serta unggahan konten viral yang menjadi tren menarik mampu membangun kesadaran dan kebanggaan terhadap warisan budaya ini (Putri, 2018).

Namun, penggunaan media sosial untuk pelestarian batik tidak lepas dari tantangan. Salah satu kendala utama adalah persaingan di dunia digital yang sangat ketat memerlukan strategi pemasaran yang inovatif agar pesan mengenai pelestarian batik tidak tenggelam oleh tren lain yang lebih dominan. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri kreatif, dan pengrajin lokal untuk menciptakan regulasi yang mendukung, serta meningkatkan literasi digital para pengrajin agar dapat memanfaatkan media sosial secara maksimal (Susanti, Gunawan and Koswara, 2023).

Dengan demikian, penelitian mengenai efektivitas media sosial dalam pelestarian batik di kalangan generasi muda menjadi relevan untuk dilakukan. Kajian ini tidak hanya memberikan gambaran mengenai peran media sosial sebagai alat promosi, tetapi juga menjelaskan bagaimana media sosial dapat digunakan untuk membangun kesadaran budaya, meningkatkan minat, dan mendukung pelestarian batik sebagai warisan budaya Indonesia yang tak ternilai harganya. Melalui strategi yang tepat, diharapkan media sosial dapat menjadi jembatan yang menghubungkan tradisi masa lalu dengan generasi masa kini dan mendatang (Susanti, Gunawan and Koswara, 2023).

Metode

Metode pengisian kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mereka jawab. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei berbentuk kuesioner yang disajikan secara online berupa Google Form untuk mengidentifikasi aplikasi media sosial yang paling sering digunakan oleh generasi muda serta mengevaluasi efektivitasnya dalam mendukung pelestarian Batik. Pemanfaatan teknologi

melalui Google Form bertujuan untuk efisiensi waktu dan memperluas jangkauan responden (Sugiyono, 2020).

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Mahasaraswati Denpasar (FK UNMAS) yang berjumlah 77 orang. Dari populasi tersebut, diambil sampel penelitian untuk menjamin representasi data yang valid. Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala nominal, yaitu jenis skala pengukuran dalam penelitian kuantitatif yang berfungsi untuk mengelompokkan objek atau individu ke dalam kategori tertentu. Skala ini digunakan untuk membagi data ke dalam kelompok-kelompok yang bersifat saling eksklusif tanpa menunjukkan urutan atau tingkatan di antara kelompok tersebut (Wardhana, 2024).

Hasil dan Pembahasan

Dari hasil pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan secara daring melalui Google Form, diperoleh jumlah responden sebanyak 51 orang dari total populasi mahasiswa sebanyak 77 orang. Dengan demikian, responden yang berpartisipasi mewakili 66,23% dari total populasi. Pengumpulan data dimulai pada tanggal 10 Desember 2024.

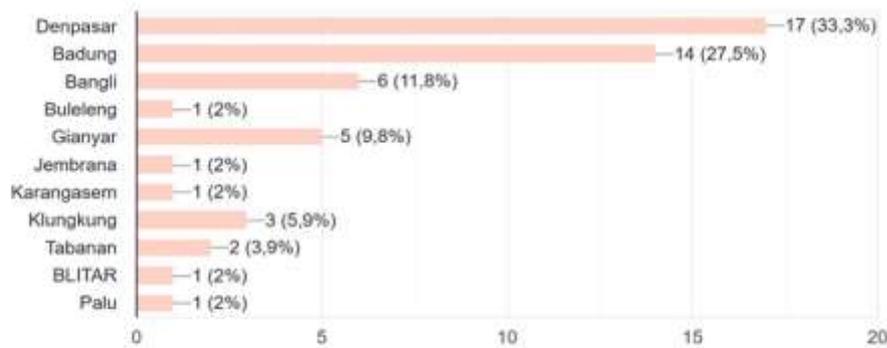
Hasil survei ini menjadi dasar dalam mengevaluasi penggunaan media sosial sebagai alat untuk melestarikan budaya batik, langkah yang relevan di era modern ini. Perkembangan teknologi yang pesat memberikan dampak positif bagi masyarakat, memungkinkan berbagai aktivitas dilakukan secara digital, termasuk pelestarian budaya. Media sosial seperti TikTok, Instagram, Youtube, dan X menjadi platform efektif untuk mendukung upaya ini, mengingat popularitasnya yang meluas di hampir semua lapisan masyarakat.

Profil Responden

Berdasarkan data responden yang terdiri dari 51 orang, mayoritas berasal dari Kota Denpasar dengan jumlah 17 responden (33,3%), diikuti oleh Kabupaten Badung dengan 14 responden (27,5%). Kabupaten Bangli berada di posisi ketiga dengan 6 responden (11,8%), diikuti oleh Kabupaten Gianyar sebanyak 5 responden (9,8%). Sementara itu, kabupaten lain seperti Klungkung, Tabanan, Buleleng, Jembrana, Karangasem, Blitar, dan Palu masing-masing memiliki jumlah responden yang lebih kecil, yaitu 1-3 orang (2-5,9%).

ASAL DAERAH (KABUPATEN)

51 jawaban



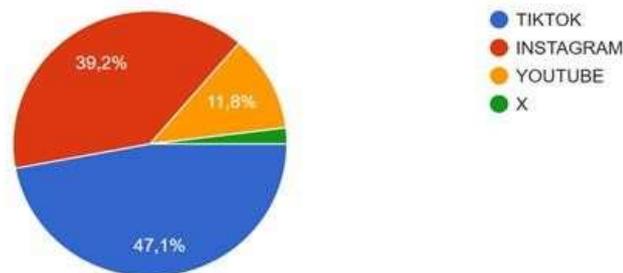
Gambar 1. Data Asal Daerah Kabupaten Responden Kuesioner

Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Edukasi Tentang Batik

Dari 51 responden yang disurvei, mayoritas memilih TikTok sebagai media sosial yang paling sering digunakan, dengan persentase sebesar 47,1%. Instagram berada di posisi kedua dengan 39,2% responden. Selanjutnya, YouTube dipilih oleh 11,8% responden. Sementara itu, media sosial X hanya digunakan oleh 2% responden.

MEDIA SOSIAL APA YANG PALING SERING ANDA GUNAKAN?

51 jawaban



Gambar 2. Hasil Survei Aplikasi oleh Responden

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan dalam artikel berjudul “*TikTok Sebagai Media Sosial Populer untuk Komunikasi Bisnis*”, yang menyebutkan bahwa TikTok merupakan salah satu platform yang paling sering digunakan oleh penduduk Indonesia. Pengguna aktif TikTok mencapai 45%, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan platform media sosial lainnya (Firdaus, 2023). Hal ini menunjukkan potensi besar TikTok sebagai sarana efektif untuk mempromosikan berbagai aspek budaya, termasuk batik, kepada generasi muda.

Batik memiliki nilai edukasi yang tinggi. Setiap motif batik tidak hanya indah secara visual tetapi juga mengandung filosofi yang mencerminkan sejarah, nilai-nilai kehidupan, dan tradisi suatu daerah. Menggunakan media sosial untuk mengenalkan nilai-nilai ini kepada

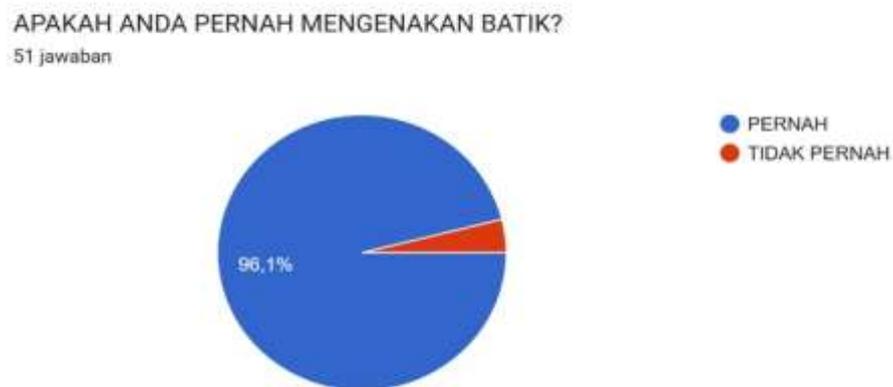
generasi muda adalah langkah strategis untuk memastikan regenerasi minat terhadap batik, sekaligus menjaga keberlangsungan seni ini sebagai identitas bangsa.

Platform seperti TikTok dan Instagram memberikan peluang besar bagi pengrajin dan pelaku usaha batik untuk menjangkau khalayak luas, baik di dalam maupun luar negeri. Melalui video pendek, tutorial, atau cerita di balik pembuatan batik, pengguna dapat menampilkan keunikan motif, proses kreatif, dan nilai filosofis batik secara menarik. Dengan cara ini, media sosial tidak hanya menjadi alat promosi tetapi juga sarana edukasi yang dapat meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap batik sebagai warisan budaya yang berharga (Susanti, Gunawan and Koswara, 2023).

Penggunaan Batik dan Hubungannya dengan Kesadaran Budaya

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO sebagai *Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity* (Chaerani, 2023). Sebagai simbol identitas bangsa, batik tidak hanya berfungsi sebagai pakaian tetapi juga sebagai media untuk melestarikan nilai-nilai tradisional dan sejarah. Penggunaan batik di berbagai kesempatan, baik formal maupun nonformal, mencerminkan penghormatan masyarakat terhadap budaya lokal dan turut serta dalam memperkuat kesadaran budaya.

Berdasarkan survei yang dilakukan melalui Google Form terhadap 51 responden, diperoleh hasil bahwa 96,1% dari mereka yang pernah mengenakan batik, sementara hanya 3,9% yang tidak pernah. Hal ini menunjukkan bahwa batik memiliki popularitas yang tinggi di kalangan masyarakat.



Gambar 3. Hasil Survei dalam Penggunaan Batik

Hal ini mengindikasikan bahwa batik bukan hanya menjadi pakaian tradisional yang dipakai pada acara khusus, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup modern masyarakat Indonesia. Pemakaian batik yang luas dapat diasosiasikan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya melestarikan budaya lokal.

Kesadaran budaya dapat diartikan sebagai pemahaman dan penghargaan individu terhadap nilai-nilai, tradisi, dan identitas budaya yang dimiliki (Sinaga, Winangsit and Putra,

2021). Kesadaran budaya adalah tentang memahami dan mencintai warisan leluhur yang membentuk jati diri kita, seperti batik yang menjadi simbol kekayaan budaya Indonesia. Setiap motifnya, seperti Parang yang melambangkan keberanian atau Kawung yang mencerminkan keseimbangan, membawa cerita dan nilai kehidupan yang diwariskan dari generasi ke generasi (Nursanty & Susilowati, 2021). Dengan menjadikan batik bagian dari keseharian mengenakannya dengan bangga, mendukung perajin lokal, dan berinovasi tanpa melupakan akarnya kita tidak hanya melestarikan sebuah tradisi, tetapi juga memastikan bahwa batik tetap relevan sebagai simbol kebanggaan Indonesia di mata dunia.

Pengakuan dunia internasional terhadap batik Indonesia telah berhasil mengangkat seni batik tradisional sebagai salah satu komoditas unggulan di daerah-daerah dengan industri batik. Selain itu, batik juga berkontribusi dalam menghasilkan devisa negara. Dengan nilai jual yang menjanjikan dan kekuatan ciri khas *local genius*, batik memiliki potensi besar sebagai media promosi untuk sektor pariwisata Indonesia (Suharson, 2021).

Penggunaan batik juga mencerminkan adanya nilai kolektif dalam menjaga keaslian budaya di tengah arus globalisasi. Sebagai contoh, batik sering digunakan dalam acara resmi, hari besar nasional, hingga seragam di institusi pendidikan dan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan batik memiliki fungsi sosial dalam membangun rasa kebersamaan dan identitas kolektif.

Melestarikan Batik Melalui Tren TikTok

Batik yang merupakan warisan budaya Indonesia kini semakin populer dikalangan generasi muda berkat kreativitas para kreator TikTok. TikTok, dengan format video pendek yang dinamis, memungkinkan batik untuk diperkenalkan dalam berbagai cara yang lebih modern dan relevan dengan tren masa kini. Konten yang berkaitan dengan batik dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari tutorial fashion, tantangan (*challenge*), hingga edukasi mengenai sejarah dan makna motif batik (Oktarina, Sarmiati and Asrinaldi, 2022).

MENURUT ANDA, APAKAH MEDIA SOSIAL DAPAT MEMANFAATKAN TREN KONTEN UNTUK MEMBANTU MELESTARIKAN BUDAYA BATIK?

51 jawaban



Gambar 4. Hasil Survei Media Sosial Dapat Dimanfaatkan Sebagai Tren Konten

Diagram menunjukkan bahwa 96,1% responden setuju media sosial dapat memanfaatkan tren konten untuk melestarikan budaya batik. Hal ini mendukung peran TikTok sebagai platform efektif untuk mempopulerkan batik melalui konten kreatif seperti *#BatikChallenge*, tutorial, dan edukasi sejarah batik. Dengan jangkauan global dan pendekatan modern, TikTok membantu meningkatkan kesadaran generasi muda serta mendukung promosi batik sebagai warisan budaya yang relevan di era digital.

Beberapa jenis konten yang sering menjadi viral di TikTok adalah konten yang menggabungkan batik dengan fashion modern. Misalnya, banyak kreator yang memadukan batik dengan pakaian kasual seperti kemeja *oversize* atau jaket denim, menjadikannya lebih atraktif bagi anak muda yang cenderung lebih memilih busana simpel namun tetap *stylish* (Oktarina, Sarmiati and Asrinaldi, 2022). Berbagai konten di media sosial, khususnya TikTok, tidak hanya berperan sebagai hiburan tetapi juga sebagai sarana edukasi dan promosi budaya batik. Melalui kombinasi inovasi kreatif dan teknologi, media sosial telah membuka peluang baru dalam pelestarian budaya tradisional ini.



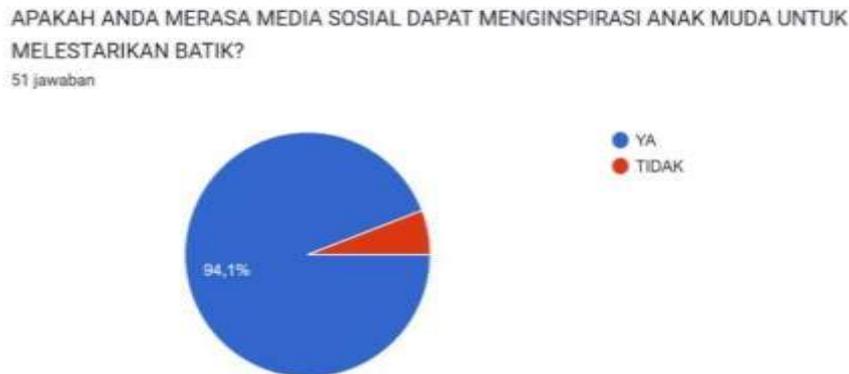
Gambar 5. Salah Satu Konten Berbatik Menjadi Tren di Tiktok
(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZS62QrFfN/>, 2024)

Melalui kreativitas dan inovasi di media sosial, generasi muda kini memiliki peluang besar untuk terlibat dalam pelestarian budaya batik. Teknologi yang semakin berkembang dapat dimanfaatkan untuk memperluas apresiasi terhadap batik, sehingga warisan budaya ini tetap relevan di berbagai kalangan usia. Promosi di media sosial dan acara seperti festival membantu batik semakin dikenal luas, menjadikannya simbol identitas budaya yang dihargai secara global (Putri, 2018).

Peran TikTok dalam Melestarikan Budaya Batik

TikTok telah dibuktikan sebagai platform yang efektif dalam melestarikan budaya batik melalui berbagai konten kreatif yang menarik dan edukatif. Selain edukatif, TikTok juga

mendukung pemasaran batik lokal. Pengrajin dan pelaku UMKM sering memanfaatkan TikTok untuk mempromosikan produk mereka melalui fitur seperti TikTok Live dan TikTok Shop (Adaniyah, Sarjono and Sudarmanto, 2023). Kolaborasi dengan influencer yang memiliki banyak pengikut membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mendukung produk lokal. Dengan pendekatan visual yang kreatif, aksesibilitas tinggi, dan potensi viral yang besar, TikTok telah menjadi salah satu media sosial paling berpengaruh dalam melestarikan budaya batik di era digital (Oktarina, Sarmiati and Asrinaldi, 2022).



Gambar 6. Hasil Survei Terhadap Penggunaan Media Sosial untuk Melestarikan Batik

Diagram menunjukkan bahwa 94,1% responden setuju media sosial, seperti TikTok, dapat menginspirasi generasi muda untuk melestarikan batik. Hal ini relevan dengan pembahasan bahwa TikTok mempopulerkan batik melalui konten kreatif. Media sosial terbukti menjadi alat efektif untuk menghubungkan nilai tradisional dengan tren modern, memperluas apresiasi terhadap batik, dan melibatkan generasi muda dalam pelestariannya.

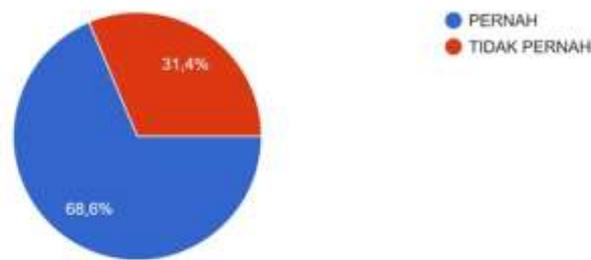
Tak kalah penting, kolaborasi dengan influencer TikTok yang mengenakan batik dalam konten fashion mereka berperan besar dalam mempopulerkan batik. Influencer yang memiliki pengikut besar dapat memperkenalkan batik sebagai produk fashion yang tidak hanya untuk acara formal, tetapi juga cocok untuk gaya hidup sehari-hari (Putri, 2018). Dampak positif dari konten batik di TikTok tidak hanya terbatas pada peningkatan kesadaran budaya, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. TikTok, dengan kemampuannya untuk menjangkau audiens global, membuka peluang bagi batik untuk dikenal lebih luas sebagai produk fashion yang tak hanya unik, tetapi juga punya nilai budaya yang mendalam (Oktarina, Sarmiati and Asrinaldi, 2022). Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menjaga keseimbangan antara inovasi dan pelestarian budaya. Meskipun TikTok memberi ruang bagi batik untuk berinovasi, penting untuk tetap menjaga keaslian dan makna budaya yang terkandung dalam batik agar tidak hanya menjadi tren sesaat, tetapi tetap dihargai sebagai warisan budaya Indonesia yang bernilai. Dengan memanfaatkan potensi TikTok secara optimal, batik dapat terus berkembang dan tetap relevan di era digital ini (Nurrizka, 2018).

Interaksi Pengguna Media Sosial Terhadap Konten Batik

Pengguna media sosial sering kali berinteraksi dengan konten terkait budaya batik melalui fitur like, komen, dan share, terutama ketika konten tersebut menarik, edukatif, atau relevan dengan minat mereka. Interaksi ini dapat terjadi saat mereka menemukan tutorial melukis batik, video yang memadukan batik dengan gaya busana modern, atau konten yang menjelaskan sejarah dan filosofi batik. Aktivitas seperti memberikan like atau komentar mendukung kreator untuk terus memproduksi konten serupa, membagikan konten juga membantu memperluas jangkauan pesan budaya batik ke audiens yang lebih luas. Selain itu, fitur interaktif ini menciptakan hubungan antara pengguna dengan pembuat konten maupun budaya tradisional yang diwakilinya, sehingga batik semakin dikenal dan dihargai (Aurelia, 2024).

APAKAH ANDA PERNAH BERINTERAKSI (LIKE, KOMEN, SHARE) DENGAN KONTEN YANG BERHUBUNGAN DENGAN BUDAYA BATIK?

51 jawaban



Gambar 6. Hasil Survei Interaksi Dengan Konten yang Berhubungan dengan Budaya Batik

Berdasarkan data pada diagram, sebanyak 68,6% responden menyatakan bahwa mereka pernah berinteraksi dengan konten yang berhubungan dengan budaya batik melalui fitur like, komen, atau share. Sementara itu, 31,4% lainnya mengaku belum pernah melakukan interaksi semacam itu. Persentase yang lebih besar menunjukkan bahwa mayoritas pengguna media sosial memiliki ketertarikan terhadap konten budaya batik. Hal ini mengindikasikan bahwa batik memiliki daya tarik tersendiri di ruang digital, terutama ketika dikemas dengan cara yang kreatif dan relevan. Tingginya tingkat interaksi ini memberikan peluang besar untuk mempromosikan dan melestarikan budaya batik melalui media sosial. Sebaliknya, persentase pengguna yang belum pernah berinteraksi juga memberikan masukan bagi kreator konten untuk lebih inovatif dalam menyampaikan pesan budaya agar menjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 7. Salah Satu Konten Tentang Melukis Batik di Tiktok
(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZS6rg8bPg/>, 2024)

Konten yang disajikan dalam gambar ini merupakan salah satu contoh kreatif yang memanfaatkan platform media sosial TikTok untuk mempromosikan budaya batik. Dalam video tersebut, terlihat proses melukis batik secara langsung menggunakan teknik tradisional yang menonjolkan keindahan dan keunikan batik. Jenis konten semacam ini tidak hanya mengedukasi audiens tentang cara pembuatan batik, tetapi juga menginspirasi apresiasi terhadap nilai seni dan budaya lokal. Interaksi yang terjadi melalui fitur like, komentar, dan bagikan pada konten ini menunjukkan antusiasme pengguna media sosial terhadap budaya batik, sekaligus mendorong pelestarian seni tradisional dalam ruang digital yang lebih luas.

Konten yang ditampilkan dalam gambar ini menunjukkan tingginya minat pengguna terhadap budaya batik, terlihat dari jumlah 54,1rb disukai, 347 kali dibagikan dan 190 kali komentar. Angka ini mencerminkan tingginya keterlibatan audiens, di mana banyak pengguna tidak hanya memberikan reaksi, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam diskusi melalui komentar. Jumlah disukai, bagikan dan komentar yang signifikan menunjukkan bahwa konten ini dianggap menarik dan layak untuk disebar, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini mengindikasikan potensi besar konten budaya seperti ini dalam mempromosikan dan melestarikan warisan tradisional, terutama di kalangan generasi muda yang aktif di media sosial.

Dukungan generasi muda terhadap Peran Media Sosial dalam Pelestarian Batik

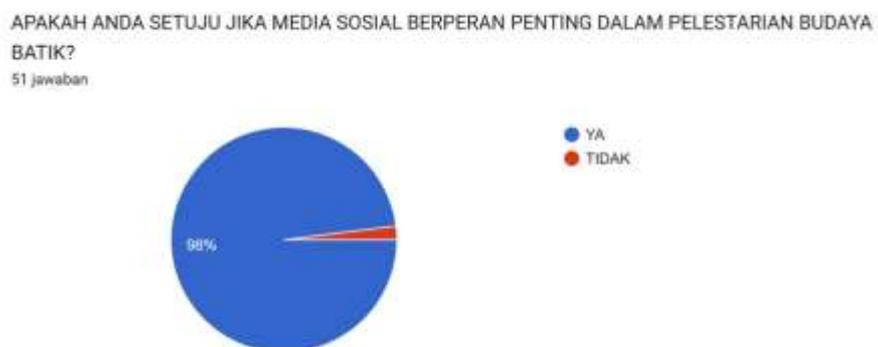
Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern, khususnya generasi muda. Platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok memudahkan pertukaran informasi, komunikasi, serta penyebaran ide dalam waktu singkat dan skala global. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada tahun 2022 oleh Prabhakar

Raghavan, Senior Vice President Google, ditemukan bahwa 40% dari generasi Z (berusia 18-24 tahun) lebih memilih menggunakan aplikasi TikTok untuk mencari informasi dibandingkan platform pencarian produk lainnya, termasuk media konvensional seperti buku dan majalah. TikTok menyediakan beragam jenis informasi yang dicari oleh generasi ini, mulai dari hiburan, berita, informasi umum, hingga rekomendasi terkait liburan dan makanan (Soemiratmadja and Fatmawati, 2024).

Pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi produk saat ini menjadi salah satu dampak positif dari perkembangan teknologi komunikasi berbasis internet. Awalnya berfungsi sebagai sarana komunikasi, media sosial kini juga berperan sebagai platform bisnis. Jumlah pengguna internet dan media sosial yang besar, baik di Indonesia maupun di seluruh dunia, menciptakan peluang besar untuk menjangkau calon pembeli potensial melalui berbagai platform yang tersedia (Susanti, Gunawan and Koswara, 2023).

Beberapa keunggulan pemasaran melalui media sosial meliputi fleksibilitas yang memungkinkan promosi dilakukan kapan saja dan di mana saja. Selain itu, biaya operasionalnya relatif lebih rendah dibandingkan metode tradisional seperti pameran. Pemilik produk juga dapat dengan mudah membuat dan mengelola iklan mereka sendiri. Media sosial memberikan akses yang luas kepada calon pembeli, bahkan hingga pasar internasional (Susanti, Gunawan and Koswara, 2023).

Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan bahwasanya TikTok merupakan salah satu platform yang memiliki pengaruh besar dalam pelestarian budaya di era digital. Dengan pengguna aktif harian yang sebagian besar adalah generasi muda, TikTok menjadi ruang kreatif yang ideal untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya lokal seperti batik.



Gambar 8. Hasil Survei Mengenai Peranan Media Sosial dalam Pelestarian Budaya Batik

Hasil survei menunjukkan bahwa 98% responden setuju dengan peran media sosial dalam pelestarian batik, sementara 2% lainnya tidak setuju. Hal ini mencerminkan bahwa mayoritas generasi muda melihat media sosial sebagai alat yang relevan untuk mendukung masyarakat tentang pentingnya batik. Faktor-faktor yang berkontribusi meliputi kemudahan

akses, jangkauan luas, dan kemampuan media sosial untuk menghadirkan konten visual yang menarik.

TikTok memiliki keunikan yang membedakannya dari platform lain, yaitu algoritma berbasis tren yang secara efektif menyesuaikan konten dengan minat pengguna, sehingga memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas. Format video pendeknya dirancang untuk menarik perhatian dalam waktu singkat, memudahkan pengguna menyerap informasi atau hiburan tanpa merasa jenuh. Selain itu, fitur interaktif seperti duet, stitch, filter kreatif, dan musik latar memberi peluang bagi pengguna untuk tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga ikut serta dalam menciptakan konten yang relevan. Dengan kemampuan ini, TikTok menjadi platform yang ideal untuk mengadakan kampanye budaya yang menarik, seperti mempopulerkan warisan budaya, tradisi, atau seni lokal melalui pendekatan yang modern, inovatif, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan (Putra and Junita, 2024).

Video pendek yang interaktif digunakan untuk edukasi tentang sejarah, filosofi, dan proses pembuatan batik, serta memperlihatkan batik dalam konteks fashion modern melalui tutorial dan kolaborasi dengan influencer di platform Tiktok. Fitur seperti TikTok Shop dan live streaming mendukung pengrajin dalam memasarkan produk sekaligus membangun cerita di baliknya. Selain itu, TikTok membantu menciptakan koneksi emosional dengan generasi muda melalui konten inspiratif dan nostalgia, serta membentuk komunitas pencinta batik melalui diskusi, kolaborasi, dan acara digital (Rambe *et al.*, 2024).

TikTok bukan hanya platform hiburan, tetapi juga alat strategis untuk melestarikan budaya lokal seperti batik. Dengan memanfaatkan algoritma yang mendukung viralitas konten, fitur interaktif, dan partisipasi aktif generasi muda, TikTok dapat menjadi katalis dalam upaya pelestarian batik di era digital. Pendekatan ini tidak hanya memastikan keberlanjutan batik sebagai warisan budaya, tetapi juga menjadikannya relevan di mata generasi muda, baik di tingkat nasional maupun global.

Kesimpulan

Media sosial terbukti efektif dalam mendukung pelestarian batik di kalangan generasi muda. Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube memainkan peran strategis sebagai sarana promosi dan edukasi, memungkinkan penyebaran informasi yang kreatif dan menarik tentang sejarah, filosofi, serta proses pembuatan batik. Konten yang relevan dan interaktif, seperti tutorial, tantangan (#BatikChallenge), dan kolaborasi dengan influencer, mampu membangun kesadaran budaya sekaligus meningkatkan minat generasi muda terhadap batik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden generasi muda mengapresiasi media sosial sebagai alat untuk mengenalkan batik dalam konteks yang modern dan relevan dengan gaya hidup mereka. Dengan strategi yang tepat, media sosial tidak hanya membantu melestarikan warisan budaya, tetapi juga memperluas jangkauan pasar bagi para pengrajin batik lokal, mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, dan memperkuat identitas budaya Indonesia di era digital.

Ucapan Terima Kasih

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-nya, kami dapat menyelesaikan artikel ilmiah ini. Penulisan artikel ilmiah ini dilakukan dalam rangka LOMBA ARTIKEL ILMIAH TINGKAT NASIONAL PILAR XII UKM KIM UNMAS DENPASAR 2025.

Kami menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, cukup sulit bagi kami untuk menyelesaikan artikel ilmiah ini. Oleh sebab itu kami mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. dr. I Made Suma Wirawan, Sp.PD. FINASIM. Selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan serta masukan kepada penulis.
2. Kakak Pembina UKM KIM Universitas Mahasaraswati Denpasar yang telah memberikan arahan dan dukungan kepada penulis.
3. Orang tua serta keluarga dirumah yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis dan pihak-pihak yang sudah membantu dan menjadi sumber informasi selama pengerjaan artikel ilmiah ini sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ilmiah ini.

Penulis menyadari dalam penulisan artikel ilmiah ini masih terdapat kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan karya tulis ilmiah ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga artikel ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membutuhkan.

Daftar Pustaka

- Adaniyah, N.A., Sarjono, S. and Sudarmanto, J.A. (2023) 'Perancangan Konten Media Sosial Batik Modern untuk Brand Awareness Ntara', *JoLLA Journal of Language Literature and Arts*, 3(12), pp. 1732–1752. Available at: <https://doi.org/10.17977/um064v3i122023p1732-1752>.
- Aurelia, Y. (2024) 'INTERAKSI SOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK DI KALANGAN SISWA SMA PGRI 4 JAKARTA', *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(2). Available at: <https://doi.org/10.33822/gk.v6i2.6563>.
- Chaerani, D.R. (2023) *PEMBUATAN PAKET WISATA EDUKASI BATIK DUSUN SEMBUNGAN, KULON PROGO, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA*. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/223343>.
- Firdaus, T.I. (2023) 'Representation of the Hedonism of the Main Character in Kevin Kwan's Chinese Novel Rich Girlfriend', *Syntax Idea*, 5(7). Available at: <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416>.
- Nursanty, E., & Susilowati, I. (2021). *BATIK HERITAGE: Peningkatan Kemampuan Bersaing Kearifan Budaya Unggul Indonesia*. Butterfly Mamoli Press.

- Nurritzka, A.F. (2018) 'PERAN MEDIA SOSIAL DI ERA GLOBALISASI PADA REMAJA DI SURAKARTA (SUATU KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIS TERHADAP REMAJA DALAM PERSPEKTIF PERUBAHAN SOSIAL)', *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(1). Available at: <https://doi.org/10.20961/jas.v5i1.18198>.
- Oktarina, O., Sarmiati, S. and Asrinaldi, A. (2022) 'Globalisasi dan identitas budaya Indonesia melalui aplikasi tiktok', *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 7(2), p. 277. Available at: <https://doi.org/10.29210/30031775000>.
- Putra, Y.D. and Junita, D. (2024) 'Realitas Keterlibatan Gen Z dalam Media Sosial Tiktok Perspektif Sosiokultural', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 04(01).
- Putranto, A. *et al.* (2022) 'Penggunaan Wahana Digital dalam Promosi dan Pemasaran Batik sebagai Kontekstualisasi Pelestarian Cagar Budaya', *Bakti Budaya*, 5(1), pp. 25–39. Available at: <https://doi.org/10.22146/bakti.4074>.
- Putri, S.S.I. (2018) 'Sosial Strategi Pada Media Sosial Untuk Promosi Batik Khas Kediri'.
- Rambe, A.S. *et al.* (2024) 'Peranan Media Sosial terhadap Kenaikan Nilai Omset Penjualan di "Tiktok" pada Pedagang dengan Cara Live Shopping', 8.
- Rumroijen. (2024). 'Batik tulis, Batik cap, Batik *print*'. URL: https://www.tiktok.com/@rumroijen/video/7421165182631611653?_t=8sZ6yRjc1eJ&_r=1. Diakses tanggal 27 Desember 2024.
- Sinaga, F.S.S., Winangsit, E. and Putra, A.D. (2021) 'Pendidikan, Seni, dan Budaya: Entitas Lokal dalam Peradaban Manusia Masa Kini', *Virtuoso: Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Musik*, 4(2), pp. 104–110. Available at: <https://doi.org/10.26740/vt.v4n2.p104-110>.
- Soemiratmadja, L.H. and Fatmawati, E. (2024) 'Efektivitas Pemanfaatan TikTok sebagai Upaya Pelestarian Arsip Warisan Budaya pada Era Generasi Z', *Information Science and Library*, 4(2), p. 59. Available at: <https://doi.org/10.26623/jisl.v4i2.8333>.
- Suharson, A. (2021) 'BatikInTheGlobalCultural ConstellationRestoreAesthetic,Ethical,AndReligiousValues'.
- Susanti, S., Gunawan, W. and Koswara, I. (2023) 'Pemanfaatan Media Sosial dalam Mengembangkan Pemasaran Batik Sukapura', *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), pp. 95–104. Available at: <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i1.215>.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardhana, A. & Iba, Z. (2024). *Skala Nominal dalam Penelitian Kuantitatif*. Penerbit CV. Eureka Media Aksara. ISBN 978-623-120-930-6.

Zahrazhr. (2024). Batik Tren. URL:

https://www.tiktok.com/@ltzahraa/video/7421478419717688582?_r=1&_t=ZS8sS1virR9M. Diakses tanggal 25Desember 2024.