

---

## Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia

Lutfi Maulana Hakim

Program Studi Hubungan Internasional  
Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur – Indonesia  
Email: upikmaulana@gmail.com  
Diserahkan: 2 Maret 2018 | Accepted: 17 Mei 2018

### Abstract

This research was aimed to analyze Indonesian government effort in building Indonesian cultural heritage as a nation brand. This research explains how Indonesian government process and batik artist, cultural and entrepreneur in establishing identity and brand nation of Indonesia. Utilization of batik as a nation brand is an innovation and a new tool in building the identity of the Indonesian nation. There are four steps of the nation brand development process that is training, identification, implementation, evaluation successfully applied by the government. The success of the nation-building brand built with the artists batik artists, cultural and businessmen is the entry of batik as world cultural heritage. This development process is also expected to regenerate the young generation of Indonesia to directly promote and preserve batik.

**Keywords:** Batik, Indonesia, Nation, Brand, Identity.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis hal yang baru dari upaya pemerintah Indonesia dalam membangun warisan budaya bangsa sebagai nation brand. Pada penelitian ini dijelaskan bagaimana proses pemerintah Indonesia beserta para seniman batik, budayawan dan pengusaha dalam membangun identitas dan nation brand Indonesia. Pemanfaatan batik sebagai nation brand merupakan sebuah inovasi dan menjadi sarana baru dalam membangun identitas bangsa Indonesia. Terdapat empat proses tahapan pembangunan nation brand yaitu training, identification, implementation, evaluation yang berhasil diterapkan oleh pemerintah. Keberhasilan pembangunan nation brand yang dibangun pemerintah beserta seniman batik, budayawan dan pengusaha adalah dengan masuknya batik sebagai warisan budaya dunia. Proses pembangunan ini juga diharapkan mampu meregenerasi generasi muda Indonesia untuk secara langsung mempromosikan dan melestarikan batik.

**Kata Kunci:** Batik, Bangsa, Indonesia, Brand, Identitas.

---

---

## PENDAHULUAN

Upaya membangun identitas nasional Indonesia melalui nation-brand telah dijelaskan pada tulisan Van Ham yang menyatakan bahwa brand sebuah negara ada karena adanya pengakuan dari negara lain atau dunia

internasional terhadap sebuah identitas yang telah ada pada negara tersebut (Van Ham, 2001, 1-14). Masuknya batik dalam daftar warisan budaya dunia tak benda oleh United Nations Educational, Scientific and Cultural

Organization (UNESCO) pada tahun 2003, memosisikan batik sebagai brand identitas politik bagi Indonesia (Setiawan & Prajna, 2013). 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. Salah satu upaya nyata para seniman untuk menanamkan nilai kecintaan terhadap batik dengan memasukkan batik sebagai ilmu kejuruan yang dipelajari secara khusus seperti yang ada di sekolah kejuruan, seperti SMK (Sekolah Menengah Industri Kerajinan). Seiring berkembangnya

zaman SMK ini pun diubah menjadi SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) yang memberikan wadah untuk minat generasi muda dalam menekuni seni batik (Aruman, 2015). Upaya lain yang diupayakan oleh seniman yang sekaligus berprofesi sebagai pengusaha batik adalah melakukan penjualan di area-area pariwisata. Hal ini secara tidak langsung membantu proses branding dan mendorong lapangan pekerjaan di bidang “seni” batik bagi para generasi milineal.

Regenerasi pembatik dan minat generasi muda terhadap batik menjadi salah satu kriteria ditetapkannya kota batik dunia seperti yang ada di Yogyakarta, Surakarta, dan Pekalongan. Masih sedikitnya generasi muda yang minat akan seni batik tradisional bukan berarti tidak adanya generasi dalam seni membatik. Pendidikan batik dan perbaikan upah pengarjin batik yang diperbaiki secara konsisten akan membantu meregenerasi pembatik tradisional. Dalam mewujudkan kondisi ini secara tidak langsung memperlihatkan diperlukannya kolaborasi antara

pendidikan, pemerintah, dan pelaku seni.

Meskipun angka keberadaan pegiat batik tradisional seperti seniman akademisi dan budayawan batik belum menunjukkan signifikansi secara kuantitas, namun upaya terus dilakukan dari berbagai kalangan, khususnya di bidang akademi. Beberapa pegiat batik ini lahir dari mahasiswa maupun alumni sekolah seni yang ada, seperti seniman alumni ISI (Institut Seni Indonesia) Yogyakarta yang menekuni bidang tersebut (Aruman, 2015). Oleh karena itu riset ini yang menjadi latar belakang bagaimana peran seniman dalam melestarikan dan meregenerasi pegiat batik di Indonesia.

Upaya pelestarian budaya “batik” tersebut disambut baik oleh pemerintah Indonesia. Dimana, pemerintah Indonesia sejak tahun 1972 hingga 2009 berhasil membawa batik menjadi bagian dari warisan dunia. Prestasi ini diraih dengan berbagai upaya serta tahapan yang dilalui oleh pemerintah Indonesia,

seperti training, identification, implementation dan evaluation. Hasil ini tidak lepas dari dukungan akademisi, budayawan, seniman batik, dan para pengusaha batik.

Tulisan ini berupaya meneliti tentang keberhasilan pemerintah Indonesia dalam membangun nation brand dengan memanfaatkan batik sebagai salah satu dari kekayaan warisan budaya Indonesia. Selain berupaya meneliti keberhasilan pemerintah Indonesia dalam membangun brand menggunakan batik, tulisan ini juga meneliti serta dampak positif ditetapkannya batik sebagai warisan budaya dunia dan nation brand Indonesia, yang tentunya memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat Indonesia. Peran budayawan dan seniman batik akan penulis bahas lebih lanjut dalam inti pembahasan penelitian ini.

Fakta yang ada mengatakan, ditetapkannya batik sebagai warisan budaya belum secara massif mensejahterakan masyarakat Indonesia. Pasca ditetapkannya batik

sebagai warisan budaya dunia, secara umum berdampak positif bagi masyarakat Indonesia dalam bidang eksistensi budaya. Sayangnya, hal ini tidak mengantarkan pada peningkatan regenerasi pembatik di industri batik lokal di Indonesia.

Hal yang menarik dari penelitian ini adalah bagaimana upaya pemerintah, maupun seniman batik dalam meningkatkan kesadaran generasi muda untuk melestarikan batik, yang tidak hanya sebatas mengenakan batik di Hari Batik Nasional, namun regenerasi disini menghadirkan generasi muda yang benar-benar ikut terjun langsung berperan dalam melestarikan, menginovasikan, dan mempromosikan batik sebagai warisan budaya bangsa Indonesia. Melalui peran generasi muda inilah seni budaya batik dapat terus hidup dan berkembang luas tidak hanya di Indonesia, tetapi juga dapat berkembang ke mancanegara.

### **Batik sebagai Seni, Budaya dan Identitas Bangsa**

Banyaknya budaya di Indonesia menjadikan bangsa ini memiliki beraneka ragam identitas budaya. Keberagaman suku bangsa menjadi salah satu landasan bangsa Indonesia dalam membangun identitas dalam bingkai keanekaragaman budaya. Pemerintah Indonesia telah mengatur dalam UUD (Undang- Undang Dasar) 1945 tentang kebudayaan penting kemajuan bangsa Indonesia. Peraturan ini tertuang didalam pasal 32 yang isinya: “Negara memajukan kebudayaan nasional Indonesia ditengah peradaban dunia dengan menjamin kebebasan masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan nilai-nilai budayanya (Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan (PDPSK)-Kemendikbud dan Pusat Kajian Statistik Sosial (PKSS) Sekolah Tinggi Ilmu Statistik, 2016). Negara menghormati dan memelihara Bahasa daerah sebagai kekayaan budaya nasional. Pasal 32 dalam UUD 1945 inilah yang menjadi pondasi

keberagaman budaya Indonesia sekaligus menjadi identitas nasional negara. Kekayaan Bahasa budaya telah melahirkan bermacam-macam seni dan budaya Indonesia. Fungsi dari kebudayaan sendiri juga dijelaskan oleh Koentjaraningrat adalah: sebagai suatu sistem gagasan dan pralambang yang memberi identitas kepada warga negara Indonesia dan sebagai suatu sistem gagasan dan pralambang yang dapat dipergunakan oleh semua warga negara Indonesia yang bhineka itu, untuk saling berkomunikasi, sehingga memperkuat solidaritas (Koentjaraningrat, 1996).

Batik merupakan salah satu seni dan budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Di jelaskan oleh J.L.A Brandes sebagai satu dari sepuluh kekayaan yang dimiliki oleh bangsa Indonesia, Jawa pada khususnya sebelum masuknya budaya India (Haryono, 2008: 79, dikutip dalam jurnal Aruman, 2015). Pendapat lain tentang batik disampaikan oleh Denys Lombard yang menyatakan bahwa teknik membatik telah ada setelah Nusantara (Indonesia) terpengaruhi

oleh Indianisasi, akan tetapi fakta sejarahnya belum diketahui dengan jelas (2008:193, dikutip dalam jurnal Aruman, 2015). Penjelasan lain juga disampaikan oleh Rouffaer menyampaikan kemungkinan bahwasannya teknik batik berasal dari India atau Cina, namun telah dipertegas oleh Lombard bahwasannya teknik pembuatan batik yang sesungguhnya terjadi dikawasan Pesisir Jawa pada Abad ke 15 sampai ke abad ke 16. Pada faktanya artefak di masa itu menyatakan banyak ditemukannya motif batik “kawung” pada relief pada Patung Ganesha tahun 1239 pada masa Kerajaan Singasari (Kempres, 1959:73 dikutip dalam jurnal Aruman, 2015).

Berdasarkan data dan fakta sejarah tentang adanya batik di Indonesia, batik telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia yang dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari baik dalam peristiwa penting maupun rutinitas harian seperti halnya untuk menggendong bayi, simbolisasi acara pernikahan, upacara duka, hiasan rumah, acara

kenegaraan dan sebagainya (Junaedi, 2014 dikutip dari jurnal Aruman, 2015). Sejarah batik yang ada di Jawa khususnya di Yogyakarta tidak lepas dari sejarah perjanjian Giyanti 1755. Sejarah dimasa ini mengatakan bahwasannya keraton mataram terbelah menjadi 2 bagian yakni Surakarta dan Yogyakarta. Terbelahnya dua keraton Mataram Islam ini juga memberikan pengaruh bagi sejarah perjalanan batik Yogyakarta dan Surakarta, mengingat kedua batik dari wilayah ini memiliki ciri khas masing-masing, corak yang khas, dan gaya berbusana yang berbeda sesuai identitas yang ada (Kuntowijoyo: 2006 dikutip dari Jurnal Aruman, 2015).

Sejarah batik ini juga menjadi dasar batik sebagai budaya Indonesia sekaligus identitas bagi bangsa. Keotentikan batik klasik atau batik tulis tradisional menjadi dasar ke “khasan” batik sebagai wujud budaya asli Indonesia yang mampu merepresentasikan wajah Indonesia didunia internasional. Pengakuan batik oleh UNESCO dan dunia

internasional tidak lepas dari peran pemerintah, seniman batik, budayawan dan pengusaha batik yang dari awal tahun 1972 telah mengajukan batik sebagai warisan budaya dunia tak benda ke UNESCO untuk masuk ke dalam warisan budaya tak benda. Upaya ini pengajuan batik ini membuahkan hasil, dimana pada tahun 2009 batik ditetapkan dalam warisan budaya dunia tak benda yang harus dijaga dan dilestarikan. Momentum ini juga ditetapkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada saat itu, menjadi Hari Batik Nasional Indonesia (Aruman, 2015).

Batik menjadi sebuah isu baru yang digunakan oleh Indonesia dalam membangun brand dan identitas bangsa. Penggunaan batik, merupakan sebuah inovasi baru dalam membangun identitas, mengingat batik adalah seni budaya Indonesia yang masuk kedalam bagian warisan budaya dunia. Pada proses pembangunan identitas dan brand, batik berfungsi sebagai sarana atau alat yang digunakan pemerintah maupun seniman batik, budayawan dan pengusaha untuk

mempromosikan batik ke mancanegara. Pembangunan identitas dan brand ini tidak hanya sebatas mempromosikan batik sebagai identitas dan brand Indonesia, tetapi juga menjadikan batik sebagai warisan budaya yang diakui oleh dunia.

Pembangunan identitas dan brand Indonesia dianggap memiliki alat baru dalam dunia Internasional. Seperti halnya negara lain yang menggunakan budaya sebagai alat diplomasi ataupun pembangunan identitas utama mereka dalam mengatur kehidupan ekonomi politik di suatu negara lain. Bisa saja, kita anggap ini menjadi langkah awal besar bagi posisi pembangunan identitas Indonesia di abad ke-21. Identitas Indonesia bisa lebih di kenal oleh dunia dengan masuknya batik dan nilai-nilainya di negara-negara asing.

## **PEMBAHASAN**

### **Batik sebagai Ide Brand dan Identitas Indonesia**

Batik telah berkembang dari masa ke masa dan menjadi budaya yang melekat bagi masyarakat

Indonesia. Pengertian tentang kesenian batik adalah kesenian gambar di atas kain untuk pakaian yang menjadi sebuah kebudayaan keluarga raja-raja Indonesia (Jawa) pada zaman dahulu. Pada awalnya batik hanya digunakan dikalangan keraton seperti, pakaian raja dan keluarganya serta para pengikutnya. Namun setelah perkembangan jaman, batik meluas sampai ke kalangan masyarakat, dan corak dan motifnya pun semakin berkembang. Perkembangan batik ini merupakan bentuk salah satu perkembangan seni budaya di Indonesia. Berkembangnya batik juga menjadi langkah pemerintah dalam membangun identitas Indonesia, dimana batik dipromosikan menjadi bagian dari warisan budaya dunia tak benda, setelah sebelumnya batik masuk kedalam daftar list warisan budaya dunia tak benda yang ditetapkan oleh UNESCO, bersama keris, wayang kulit dan beberapa seni dan budaya Indonesia lainnya.

Pemanfaatan batik untuk membangun brand dan identitas Indonesia diatur dalam Konvensi

UNESCO pada tahun 2003, tentang warisan budaya tak benda. Konvensi inilah yang mendorong pemerintah Indonesia melakukan ratifikasi melalui PP. Nomor 78 Tahun 2007. Pengajuan batik menjadi warisan budaya dunia, membuat UNESCO memasukkan batik kedalam daftar warisan budaya dunia, dikarenakan batik telah memiliki kriteria diantaranya, kaya akan simbol-simbol kehidupan rakyat Indonesia dan anggota kontribusi bagi warisan budaya dunia tak benda dimasa sekarang dan mendatang. Kriteria ini lah yang menjadi standar UNESCO untuk menilai sebuah budaya layak tidaknya masuk dalam warisan budaya dunia, dan dalam kriteria ini batik menjadi bagian dari warisan budaya dunia tersebut.

Masuknya batik dalam representative list UNESCO menjadi warisan budaya dunia tak benda, karena telah memenuhi kriteria antara lain batik kaya akan simbol-simbol kehidupan rakyat Indonesia dan memberi kontribusi bagi warisan budaya dunia tak benda dimasa sekarang dan mendatang (Surya, 2009).

Poin ini yang kemudian dijadikan sebagai landasan pemerintah untuk mengajukan batik sebagai warisan budaya dunia. Proses pelaksanaan pembangunan nation brand Indonesia dijelaskan melalui beberapa proses yaitu:

### **Pelaksanaan Proses Training Pembangunan Nation Brand**

Proses awal yang dilakukan pemerintah untuk membangun brand dan identitas yaitu training dengan mengajukan batik sebagai warisan budaya dunia tak benda. Landasan hukum Indonesia yang pertama adalah Konvensi UNESCO, Convention on The Protection of The Culture and Natural Heritage atau Konvensi Perlindungan Budaya dan Warisan alam pada tahun 1972. Konvensi UNESCO ini kemudian diratifikasi melalui Keppres No.26 tahun 1989 (Krige, 2017). Pada tahun 1972 batik telah diajukan ke UNESCO, sebagai warisan budaya dunia tak benda. Upaya training yang kedua berlandaskan Konvensi UNESCO pada tahun 2003 membahas tentang Convention of the safeguarding of The



Intangible Cultural Heritage atau Konvensi perlindungan warisan budaya tak. Indonesia menggunakan Konvensi UNESCO tersebut untuk kembali mengajukan batik sebagai warisan budaya dunia benda yang kemudian diratifikasi melalui Peraturan Presiden atau Perpres 78 tahun 2007.

Masuknya batik dalam list warisan budaya dunia tak benda menjadi dasar pengajuan batik agar mendapatkan pengakuan sebagai warisan budaya dunia tak benda dengan landasan Konvensi UNESCO 2005 Convention on the Cultural diversity atau Konvensi tentang Perbedaan Budaya, yang kemudian diratifikasi melalui Perpres 78 tahun 2011 (Krige, 2017). Pada tahun 2008 pemerintah mengajukan kembali agar batik segera menjadi warisan budaya dunia tak benda UNESCO. Upaya berhasil membuahkan hasil dengan masuknya batik secara resmi sebagai warisan budaya dunia tak benda pada 9 Januari 2009, dan pada tanggal 2 Oktober 2009 UNESCO mengukuhkan batik sebagai warisan

budaya dunia tak benda di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab. Di tetapkannya batik sebagai warisan budaya dunia oleh UNESCO pada 2 Oktober 2009 menjadi dasar ditetapkannya Hari Batik Nasional setiap tanggal 2 Oktober melalui Keppres Nomor 33 Tahun 2009 (Keppres No. 33 Tahun 2009).

Persyaratan yang menjadi standar dari ditetapkannya beberapa budaya Indonesia salah satunya batik masuk ke dalam daftar warisan budaya dunia adalah: menunjukkan hasil karya adiluhung atau masterpiece, menunjukkan interaksi penting nilai kemanusiaan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, unik dan mewakili tradisi yang luar biasa, merupakan contoh karya menonjol dari karya bangsa, secara langsung terkait dengan peristiwa/ tradisi kehidupan. Syarat-syarat inilah yang dikumpulkan oleh tim Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia. Melalui syarat inilah batik masuk kedalam daftar budaya yang diajukan oleh pemerintah

menjadi bagian dari warisan budaya dunia yang ditetapkan oleh UNESCO (Krige, 2017).

Proses tahapan training ini merupakan proses pengajuan batik menjadi warisan budaya dunia tak benda sampai pada tahapan batik masuk dalam daftar warisan budaya dunia yang ditetapkan oleh UNESCO. Masuknya batik dalam daftar warisan budaya dunia menjadi harapan bagi pemerintah Indonesia untuk mengajukan kembali batik sebagai warisan budaya dunia, dan pada tahapan pengajuan selanjutnya batik masuk dalam bagian warisan budaya dunia tak benda dan dikukuhkan oleh UNESCO pada tahun 2009. Keberhasilan ini menjadi alasan Indonesia menjadikan batik sebagai nation brand dan identitas bangsa.

### **Proses Identifikasi Pembangunan Nation Brand**

Proses selanjutnya adalah identification dimana pemerintah memasukkan nilai-nilai penting dan filosofis yang ada didalam batik. Nilai penting yang ada di dalam batik antara

lain; pemakaian batik dalam kehidupan sehari-hari seperti upacara adat, upacara kenegaraan, maupun aktivitas sehari-hari. Fokus-fokus lainnya yang ingin ditonjolkan pemerintah kepada dunia internasional adalah nilai-nilai filosofis, kearifan lokal, maupun nilai budaya lainnya yang ada di dalam batik. Batik menjadi kesenian turun temurun rakyat Indonesia dan menjadi identitas yang mengekspresikan spiritual bangsa Indonesia (Surya, 2009) Keberhasilan pada proses identifikasi dapat menghasilkan identitas dan karakteristik yang menjadi pembeda bangsa Indonesia dari bangsa lainnya dan menjadi landasan pembangunan nation brand. Faktor tersebut meliputi keberadaan nilai-nilai keotentikan yang berasal dari: etnis, suku, historis, filosofis, moral serta kearifan lokal dari batik itu sendiri. Sehingga dapat dikatakan bahwa batik menjadi warisan budaya yang bernilai tinggi. Nilai-nilai batik yang dimasukkan kedalam identifikasi yaitu; nilai-nilai filosofis yang ada pada batik dimana filosofi yang terkandung adalah batik memiliki simbol kehidupan yang menjadi

identitas rakyat Indonesia. Terbukti batik digunakan oleh masyarakat Indonesia terutama di Jawa dalam kehidupan sehari-hari maupun acara-acara adat yang disakralkan. (Surya, 2009).

Filosofi ini yang menjadi daya tarik dan nilai lebih sehingga seni budaya batik ini berbeda dengan budaya lainnya. Analisis identifikasi selanjutnya terdapat pada cara atau proses produksi pembuatan batik tulis yaitu menggunakan canting dan ditulis diatas kain menjadi nilai tersendiri dari batik tulis Indonesia (Surya, 2009). Poin menarik pada pembuatan poses pembuatan batik tulis ini juga melalui beberapa tahapan sebelum menjadi sebuah karya seni batik. Proses tersebut antara lain melalui proses; mendesain batik, melukis kain, menutupi bagian putih, pewarnaan kain, pewarnaan kain, melukis kembali dengan canting, menghilangkan lilin, membatik lagi, nglorot dan mencuci kain batik. Tahapan pembuatan batik ini adalah poin yang menarik dimana prosesnya berbeda dengan pembuatan karya seni apapun, dan batik tulis juga

dikerjakan secara manual dan penuh nilai-nilai kearifan lokal didalam proses pembuatannya. Nilai-nilai filosofis yang terdapat dari batik inilah yang dimasukkan oleh pemerintah pada proses tahapan identification.

Nilai-nilai yang terkandung didalam batik merupakan poin yang digunakan pemerintah dalam menjalankan proses tahapan identification. Di dalam batik terkandung nilai seni dan filosofis yang sangat kuat. Nilai seni dalam batik adalah sebuah kebudayaan yang sudah dikenal dari jaman nenek moyang, dimana proses pembuatan batik, pewarnaan serta motif batik merupakan sebuah unsur seni yang sangat erat dengan makna simbolik (Indarmaji, 1983, p.123). Motif pada batik tradisional adalah simbolik dari unsur alam dan sekelilingnya, yang merupakan hasil sebuah kreasi dari empu ataupun dari senimannya pada saat itu. Motif batik juga mengandung unsur simbolis magis dan kepercayaan yang berfungsi sebagai fungsi agama maupun kepercayaan serat sebagai nilai estetis ornamen. Batik tradisional

adalah batik yang memiliki pesan moral maupun nilai-nilai didalamnya, selain bermakna simbolik batik juga menjadi penanda ataupun identitas pada masa itu. Makna penanda dalam hal ini adalah terdapat motif -motif larangan yang diciptakan oleh seniman batik pada saat itu. Motif larangan tersebut merupakan motif yang hanya boleh dipakai oleh kalangan keturuanan bangsawan/ raja atau ningrat. Oleh karena itu masyarakat umum atau rakyat biasa pada saat itu tidak diperbolehkan untuk memakai motif tersebut (Condronegoro, 1995, 18).

Motif batik adalah sebuah simbolik yang didalamnya mengandung banyak nilai dan falsafah hidup, yang mana seniman pada saat itu menghasilkan karya seni sekaligus mempunyai harapan dari setiap motif batik yang dihasilkan (Sukarno, 1987). Hal ini yang menjadikan batik adalah salah satu budaya Indonesia yang sarat akan makna dan nilai. Nilai-nilai dari batik inilah yang kemudian dijadikan oleh pemerintah sebagai landasan menjalankan proses tahapan

identifikasi dalam mengajukan batik sebagai warisan budaya dunia tak benda.

Upaya yang dilakukan pemerintah untuk memperkenalkan batik pada dunia internasional adalah dengan menjalankan proses ekspor batik sebagai barang yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Proses ekspor batik ditujukan ke negara-negara diwilayah Eropa, Amerika Serikat dan Jepang. Negara-negara ini yang menjadi tujuan utama ekspor batik. Upaya ini disampaikan oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, dimana batik menjadi komoditas ekspor yang menjanjikan dan memiliki ekonomi yang tinggi. Melalui aktivitas ekspor ini, pemerintah dapat menjalankan dua sistematika kerja yakni, proses ekonomi dan proses pengenalan identitas atau nation brand Indonesia. Proses ekspor batik ini merupakan wujud upaya pemerintah dalam menjalankan perekonomian bangsa dan memperkenalkan identitas bangsa ke dalam dunia internasional.

### **Proses *Implementation* Pembangunan *Nation Brand***

Proses *implementation* yang pertama dilaksanakan jauh sebelum batik ditetapkan sebagai warisan budaya dunia oleh UNESCO pada 2 Oktober 2009 salah satunya adalah diperkenalkannya batik oleh tokoh atau publik figur internasional salah satunya adalah Nelson Mandela mantan presiden Afrika Selatan dan aktivis di Afrika Selatan. Pengenalan batik ke dunia internasional telah diawali sejak masa orde baru, dimana Presiden Soeharto memperkenalkan batik dengan memberikan kepada Nelson Mandela selaku presiden Afrika sebagai cinderamata kenegaraan. Berawal dari momen ini, Nelson Mandela mulai memperkenalkan batik dengan mengenakan pakaian batik dalam setiap kegiatan internasional baik kenegaraan maupun dalam sidang PBB. Aksi yang dilakukan Nelson Mandela ini secara tidak langsung telah memperkenalkan identitas budaya Indonesia kepada dunia.

Kebanggaan Nelson Mandela menggunakan batik juga mampu menjadi upaya pemerintah untuk semakin meningkatkan pengenalan batik kepada dunia. Hingga akhir hayatnya mantan presiden Afrika Selatan ini masih setia mengenakan batik sebagai salah satu pakaian resminya dalam acara kenegaraan dan internasional. Pernyataan tentang kecintaan Nelson Mandela terhadap batik juga diungkapkan oleh Jusuf Kalla, dia menyampaikan bahwa Mandela bangga sekali dan cinta terhadap budaya Indonesia (Armandhanu, 2013). Kecintaannya lebih dari bangsa Indonesia sendiri, dimana Mandela sering sekali mengenakan batik di acara-acara internasional, dan batik telah melekat sebagai pakaian resmi Mandela. Momen inilah yang menjadi salah satu upaya pemerintah untuk memperkenalkan batik secara luas sebagai identitas dan *nation brand* Indonesia.

Proses *implementation* selanjutnya dari pembangunan brand dapat dilihat pasca ditetapkan secara resmi Batik

sebagai warisan budaya dunia oleh UNESCO pada 2 oktober 2009 yang menjadi dasar terbitnya Keppres No.33 tahun 2009 tentang Hari Batik Nasional (Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, 2009). Wujud respon masyarakat Indonesia dalam melestarikan batik salah satunya adalah diterapkannya kurikulum batik didalam pendidikan sekolah sebagai muatan lokal. Respon ini dilakukan di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menetapkan kesenian membatik sebagai muatan lokal kurikulum sekolah melalui SK Bupati No.5A/2010 (Dinas Pendidikan Dasar Bantul, 2015). Digelarnya pameran oleh Kementerian Perindustrian dengan acara Pameran Batik Warisan Budaya ke VII pada 30 September-3 Oktober 2014, dan Pameran Batik Warisan Budaya VIII pada 29 September-2 Oktober 2015, merupakan bentuk respon masyarakat Indonesia khususnya Kementerian Perindustrian Indonesia dalam merespon diakuinya batik oleh UNESCO sebagai warisan budaya

dunia tak benda (Kementerian Perindustrian Indonesia, 2014).

Pameran sebagai wujud dari pelestarian batik sebagai warisan budaya Indonesia mengangkat potensi industri batik yang ada di Indonesia. Dijelaskan oleh Dijen Industri Agro, bahwa potensi ekspor batik di Indonesia terus mengalami perkembangan antara lain pada tahun 2008-2013 Indonesia berhasil mengekspor batik dari USD 32 juta ditahun 2008 naik menjadi USD 300 juta ditahun 2013. Adapun tujuan ekspor terbesar batik ini ditujukan ke negara-negara maju dunia seperti Amerika Serikat, Jerman dan Amerika Serikat (Kementerian perindustrian Indonesia, 2013). Melonjaknya kunjungan wisatawan ke Museum batik Pekalongan wujud dari naiknya potensi dibidang pariwisata. Kenaikan potensi pariwisata ini dapat dilihat dari kurun waktu 4 tahun, ddari tahun 2009-2013 (UPTD Musem Batik Pekalongan, 2013). Pada tahun 2009 jumlah pengunjung selama satu tahun dan meningkat di tahun 2013 menjadi 17.70. Jumlah pertumbuhan wisatawan

ini merupakan sebuah kenaikan sektor pariwisata yang signifikan dalam kurun waktu 4 tahun (UPTD Musem Batik Pekalongan, 2013).

Upaya pemerintah dalam mempromosikan batik sebagai brand dan identitas Indonesia juga di lakukan oleh Kementerian Luar Negeri Indonesia yang dilakukan di beberapa KBRI (Kedutaan Besar Republik Indonesia) antara lain di KBRI Sana'a di Yaman, dimana pada akhir tahun 2009 tepatnya pada tanggal 26 dan 27 Desember, dan di tanggal 29 Desember diadakan di Kota Aden yakni kota terbesar kedua di Yaman. Pada acara ini pemerintah Indonesia mempromosikan budaya Indonesia lebih tepatnya batik dengan tujuan mempromosikan batik dan menjalin bekerjasama dengan Kementerian Kebudayaan Yaman (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2009).

Pada kesempatan ini pemerintah Indonesia mengundang pembatik asal Sleman Yogyakarta yaitu Bambang Sumardiyono dan Cici Sumardiyono

sebagai desainer Batik Nakula Sadewa. Tak berhenti disini pemerintah juga mengajak pramugari Indonesia yang bekerja di Yemen Airlines untuk ikut berpartisipasi dalam pameran fashion show, selain itu berbagai budaya Indonesia lainnya seperti tari-tarian dan workshop juga ditampilkan dalam acara tersebut, dan tak lupa pemerintah juga mengundang Menteri Kebudayaan Yaman. Tujuan dari acara ini adalah untuk menjalin kerjasama Indonesia dengan pemerintah Yaman terutama dengan Kementerian Kebudayaan Yaman. Melalui program ini diharapkan hubungan Indonesia dan Yaman semakin rekat. Pada kesempatan tersebut Duta Besar RI untuk Yaman juga memberi pelatihan praktis seperti lokakarya pembuatan batik yang ditujukan pada pemuda kota Aden Yaman (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2009). Pagelaran yang dilangsungkan di KBRI Yaman ini diharapkan mampu lebih mempertegas batik sebagai warisan budaya Indonesia juga dapat mempererat hubungan budaya antar negara yang nantinya diharapkan

mampu meningkatkan nilai ekonomi dari batik itu sendiri di mata internasional.

Tahapan Implementation selanjutnya juga dilakukan oleh Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Ghuangzhou dengan menyelenggarakan acara Batik Show yang diselenggarakan pada 19-20 Mei 2010. Pagelaran acara ini diselenggarakan di wisma Indonesia dengan menampilkan pembatik dari Afif Syakur kerajinan batik Yogyakarta. Acara ini dihadiri oleh pejabat-pejabat penting di Ghuangzhou. Acara ini juga menampilkan pameran batik yang diadakan di hotel Dong Fang pada tanggal 21-22 Mei 2010. Antusiasme masyarakat Ghuangzhou dalam acara ini sangatlah tinggi, banyak masyarakat yang tertarik akan batik tulis khas Indonesia. Ketertarikan masyarakat Ghuangzhou terhadap acara budaya yang diselenggarakan oleh pihak KJRI ini juga disambut baik oleh pihak KJRI. Pada acara ini KJRI juga mempromosikan pariwisata Indonesia melalui pamphlet-pamflet maupun

spanduk yang dipasang pada saat acara tersebut. Usaha promosi ini dilakukan untuk menunjang sisi pariwisata Indonesia agar semakin dikenal oleh duni internasional, selain itu tujuan dari mempromosikan pariwisata ini adalah untuk program visit Indonesia 2010 (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2010).

Acara di KJRI Ghuangzhou ini adalah salah satu bentuk dari upaya pemerintah dalam menjalankan promosi, untuk terus memperkenalkan budaya Indonesia khususnya Batik tulis Indonesia yang menjadi bagian dari warisan budaya dunua tak benda. Promosi ini dilakukan melalui berbagai jalur salah satunya melalui jalur diplomatic yakni memanfaatkan KBRI, maupun KJRI Indonesia yang ada diseluruh belahan dunia. Tak berhenti disitu pihak KJRI Ghuangzhou juga menggandeng seniman-seniman dan budayawan Indonesia untuk turut serta mensukseskan acara tersebut, dan juga sebagai bentuk memberikan apresiasi kepada seniman dan budayawan untuk turut serta mengenalkan budaya



Indonesia secara langsung khususnya batik tulis khas Indonesia (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2010).

Upaya pemerintah untuk mempromosikan batik kepada dunia internasional juga dilakukan oleh KBRI Dakar di Senegal. Pada kesempatan ini KBRI Dakar mengadakan gelar fashion show batik dengan tujuan mensinergikan promosi budaya dan misi politik luar negeri Indonesia. Pagelaran acara ini diadakan pada 2 November 2016 dihadiri oleh kementerian dan para pejabat terkait Senegal, salah satunya tamu kehormatan yang hadir yakni Mbagnick Ndiaye selaku Menteri Kebudayaan dan Komunikasi Senegal. Acara ini ditujukan untuk mempromosikan batik tulis melalui acara fashion show yang dipadukan dengan acara pameran budaya seperti kuliner dan hasil kerajinan batik, serta penampilan tari-tarian khas Indonesia (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2016).

Momen yang menarik dalam acara ini adalah prosesi acara fashion show melibatkan finalis miss Senegal 2016 untuk ikut membuka gelaran fashion show batik di KBRI Dakar ini. Pada kesempatan ini pemerintah Indonesia juga menggandeng Mustika Ratu sebagai produk tata rias asli Indonesia untuk mensukseskan gelaran acara fashion show batik ini. Point tentang tujuan gelaran acara ini disampaikan oleh Dubes Indonesia di KBRI Dakar Mansyur Pangeran yang bermaksud mempromosikan keunikan batik sebagai identitas nasional masyarakat Indonesia yang telah diakui UNESCO sebagai “Intangible Culture Heritage of Humanity” di tahun 2009, yang tentunya mampu memberikan energi positif dalam mempromosikan batik tersebut (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2016).

Rangkaian acara fashion show ini juga diharapkan memberikan efek peluang kerjasama Indonesia dengan Senegal terlebih dalam hal budaya maupun dalam bidang lain seperti pendidikan dan perdagangan yang tentunya mampu meningkatkan

hubungan diplomatik antar kedua negara. Acara fashion show ini juga mendorong para seniman dan budayawan Indonesia dari berbagai jalur seni salah satunya batik untuk terus berinovasi dan terus mempromosikan batik ke luar negeri baik melalui jalur pemerintah maupun mandiri.

Proses tahapan implementation yang lain juga dilakukan oleh pemerintah provinsi, salah seperti yang dilakukan pemerintah provinsi Jawa Tengah, tepatnya Kabupaten Pekalongan. Kabupaten yang merupakan salah satu penghasil batik tulis terbaik Indonesia ini, juga turut melakukan promosi batik ke luar negeri. Kabupaten Pekalongan adalah salah satu kabupaten penghasil batik tulis Indonesia yang besar dan terkenal. Batik khas daerah ini memiliki corak warna yang khas, yakni cenderung lebih warna-warni ketimbang batik khas Yogyakarta dan Surakarta. Hal ini dikarenakan faktor sejarah dan macamn-macam kerarifan lokal masyarakat pesisir pulau Jawa.

Pada kesempatan ini, Bupati Pekalongan selaku actor yang bergerak mempromosikan batik, yakni dengan melakukan kunjungan ke Washington DC, Amerika Serikat. Bupati Pekalongan menyampaikan bahwasannya tujuan dari kunjungan pemerintah Jawa Tengah ini tidak lain untuk memperkenalkan potensi pariwisata dan budaya yang dimiliki Indonesia khususnya dalam hal ini batik sebagai komoditas dagang daerah pekalongan (Anis & Didik, 2017). Langkah yang dilakukan oleh Bupati Pekalongan ini sangatlah tepat dalam mempromosikan batik ke Amerika Serikat. Pada tataran pemerintah tingkat provinsi pun tetap harus menjalankan promosi yang bertujuan untuk membangun brand dan identitas bangsa, tanpa harus menunggu pemerintah pusat memberikan arahan untuk promosi budaya ke luar negeri. Upaya ini juga kedepannya mampu memberikan dampak positif kedepannya terhadap ekonomi masyarakat di Pekalongan akan tingginya nilai ekspor batik tulis khas pekalongan.

Tahapan implementation ini juga dilakukan oleh para seniman akademisi, budayawan dan pengusaha batik dalam mempromosikan dan melestarikan batik sebagai warisan budaya dunia tak benda. Beberapa seniman yang ikut melakukan proses implemtattion batik yaitu: Sukarman salah satu seniman dan pegiat batik dari Yogyakarta. Sukarman merupakan seorang seniman batik lulusan Kriya Tekstil Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta tahun 1999. Sebagai seniman batik, Sukarman juga memiliki usaha batik yang ia beri nama “Sidji Batik”, yang awal mulanya menjual batik “lawasan”. Seiring perkembangan zaman Sukarman melihat bahwa batik “lawasan” seharusnya menjadi barang langka yang dimusemkan dinegeri sendiri ketimbang harus masuk ke pasar luar negeri. Dari sinilah seniman batik Yogyakarta ini memproduksi batik-batik kontemporer atau dengan gaya modern sesuai dengan pasar yang ada (Aruman, 2015, p.9).

Proses implementation pembangunan nation brand dilakukan

oleh Sukarman dengan melakukan promosi batik ke pasar luar negeri. Upaya ini dilakukan agar batik semakin dikenal oleh masyarakat dunia. Upaya promosi yang ia lakukan dengan menjadikan turis mancanegara sebagai model display batiknya. Pemanfaatan media sosial juga digunakannya untuk promosi sekaligus memperkenalkan macam-macam batik kepada khalayak. Seniman lain yang ikut melaksanakan proses implementation yaitu Abdul Syukur, seorang seniman alumni Kriya Tekstil Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta dan S2 Antropologi Universitas Gajah Mada ini merupakan seorang seniman pegiat batik tradisional dan kontemporer. Berbeda dengan Sukarman yang memproduksi dan mempromosikan batik ke pasar luar negeri, Abdul Syukur memperkenalkan batik ke dunia pendidikan Indonesia. Upaya ini ia lakukan dengan menjadi pengajar ekstra kulikuler batik di Sekolah Menengah Atas Negeri di Yogyakarta. Lewat pendidikan Abdul Syukur memperkenalkan batik kepada generasi muda agar generasi muda

Indonesia bisa lebih mencintai dan melestarikan batik Indonesia (Aruman, 2015). Upaya yang dilakukan Abdul Syukur dalam menjalankan proses implementation dilakukan dengan dua cara yaitu melalui produk batik tradisional dan modern serta melalui dunia pendidikan dengan memperkenalkan batik kepada para siswa siswi di sekolah agar ikut melestarikan dan mencintai batik sebagai budaya Indonesia.

Adapun penulis juga mewawancarai langsung seniman batik muda, Putri Danis Mahmudah Alumni ISI jurusan kriya tekstil 2012 yang menyatakan, bahwasannya batik merupakan sebuah seni terapan. Pada kenyataannya batik menjadi seni yang fungsional dimana dalam proses pelestarian batik seniman bisa secara personal menjalankan namun ada juga yang bekerjasama dengan pemerintah. Danis juga menyatakan bahwa ketika seniman bekerjasama dengan pemerintah pun ada beberapa hal yang harus ditaati seperti tidak boleh keluar dari pakem batik tradisional maupun kaidah kaidah lain tentang batik. Poin

lain yaitu adanya kesepakatan kontrak secara teknis dengan pemerintah terkait kerjasama pelestarian dan pemasaran batik (Danis, 2018).

Upaya promosi dan pelestarian batik yang dilakukan Danis sebagai seniman batik adalah, menjadikan batik sebagai fashion, dengan cara menerapkan batik kedalam seni fashion kontemporer, yang mana sifatnya pun lebih ke komersil. Danis menambahkan bahwasannya memasukkan batik ke dalam dunia fashion kontemporer tidak dalam artian mengubah pakem batik yang ada, tetapi saya menginovasi dan rata-rata seniman menginovasi ataupun membuat karya batik baru. Wujud yang dilakukan Danis dalam memasukkan batik kedalam seni fashion kontemporer dengan bekerjasama dengan senias, yakni dia menjadi bagian wardrobe sebuah dunia sineas sekaligus memasukkan batik kedalam wardrobe (Danis, 2018). Upaya tersebut merupakan salah satu upaya dari seniman batik muda yang diwawancarai secara langsung oleh penulis. Di dalam poin ini setiap

seniman budayawan, dan pengusaha batik punya kiat dan cara tersendiri dalam mempromosikan dan melestarikan batik dengan menginovasi batik tersebut tanpa mengubah pakem batik tradisional yang ada.

Data diatas merupakan beberapa pelaksanaan implementation tahap pembangunan nation brand, yang dilakukan oleh pemerintah baik itu dilevel birokrasi nasional maupun lokal, seniman sekaligus pengusaha batik dan budayawan batik. Proses pelaksanaan implementation ini menjadi point dari pengenalan batik sebagai identitas Indonesia.

### **Proses Tahapan Evaluasi Pembangunan Nation Brand**

Tahapan evaluation yang dilakukan pemerintah adalah menanamkan kepada generasi muda Indonesia untuk melestarikan dan menjaga batik sebagai warisan budaya Indonesia, pemberian dan perolehan Hak Paten dan Hak Cipta dari batik Indonesia. Upaya ini dilakukan untuk menjaga keotentikan nilai dari Batik

Indonesia. Proses training yang dilakukan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan selaku fasilitator, pembuat program kebijakan, untuk memperkuat konstruksi strategi brand Indonesia sebelum nantinya menjadi sebuah identitas politik dan nation brand (Aronczyk, 2008, p.23). Tahap selanjutnya masuk kedalam proses identification yaitu memasukkan nilai-nilai yang terkandung dalam batik seperti kearifan lokal masyarakat Indonesia, proses pembuatan batik dengan metode tulis menggunakan canting, serta motif yang ada didalam batik itu sendiri, untuk kemudian mampu memberikan nilai lebih sekaligus menjadi brand bagi bangsa Indonesia (Aronczyk, 2008, p.23). Proses selanjutnya masuk ke dalam implementation dari pembangunan brand yang kemudian mendapat bentuk respon positif masyarakat Indonesia dalam Keppres No. 33 Tahun 2009 tentang Hari Batik Nasional (Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, 2009).

Respon positif lainnya adalah diterapkannya kurikulum batik didalam pendidikan sekolah sebagai muatan lokal. Respon ini dilakukan di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menetapkan kesenian membatik sebagai muatan lokal kurikulum sekolah melalui SK Bupati No.5A/2010 (Dinas Pendidikan Dasar Bantul, 2015). Respon lainnya ditunjukkan dengan naiknya ekspor batik dari USD 32 juta ditahun 2008 menjadi USD 300 juta ditahun 2013 (Kementerian Perindustrian, 2013). Data ini disampaikan Dijen Industri Agro dalam acara Pameran Batik Warisan Budaya VII yang diselenggarakan oleh Kemenperin tahun 2014.

Kenaikan potensi pariwisata ini dapat dilihat dari kurun waktu 4 tahun, dari tahun 2009-2013 (UPTD Museum Batik Pekalongan, 2013) Pada tahun 2009 pengunjung Museum Batik Pekalongan 9.288 selama satu tahun, yang terdiri wisatawan lokal maupun wisatawan manca negara. Mengalami kenaikan pada 2013 hingga 17.701 yang terdiri dari wisatawan lokal,

pelajar dan manca negara. Pertumbuhan wisatawan ini merupakan sebuah kenaikan sektor pariwisata yang signifikan dalam kurun waktu 4 tahun (UPTD Museum Batik Pekalongan, 2013). Respon-respon positif inilah yang menjadi keberhasilan proses implementation pembangunan brand dan identitas negara. Pada proses evaluation ini, pemerintah Indonesia melihat keberhasilan proses implementation, namun pemerintah juga memberikan evaluasi yaitu bagaimana cara meningkatkan minat generasi muda Indonesia untuk melestarikan batik dengan menjadi bagian didalamnya seperti seniman batik, akademisi, budayawan dan pengusaha batik. Evaluasi selanjutnya yakni pemberian dan perolehan Hak Paten dan Hak Cipta harus segera diberikan kepada para seniman, pegiat, budayawan, dan pengusaha batik untuk menjaga dan memperkuat nilai-nilai keotentikan batik yang menjadi karya-karya mereka.

Proses tahapan pembangunan nation brand yang dibagi dalam empat tahapan ini telah dijelaskan didalam 4

bahasan yaitu : training, identification, implementation, dan evaluation. Empat tahapan ini yang kemudian akan dijelaskan oleh penulis dalam alur proses tahapan pembangunan batik sebagai identitas dan nation brand. Proses tahapan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

### **Keberhasilan Pemerintah Indonesia membangun Brand dengan Memanfaatkan Batik sebagai Brand dan Identitas Bangsa.**

Keberhasilan pemerintah Indonesia dalam memanfaatkan batik sebagai brand dan identitas negara, memberikan keuntungan bagi Indonesia. Di jadikannya batik sebagai identitas dan nation brand, akan membuat pengrajin batik semakin berinovasi dan mengembangkan aktivitas perekonomian baik dengan inovasi motif batik maupun dengan pengembangan kelembagaan. Pengembangan motif batik ini bertujuan untuk menambah khasanah filosofis dan kearifan lokal yang ada didalam batik itu sendiri. Adapun pengembangan kelembagaan berguna

untuk mengembangkan kerajinan batik itu sendiri.

Proses yang dilakukan oleh pemerintah untuk memajukan batik sebagai identitas yaitu: melakukan penataan kebijakan pemerintah dibangun dan dikembangkannya desa wisata batik. Pembangunan kampung kerajinan batik ini juga didukung dengan pendanaan, sarana dan prasarana oleh pemerintah. Pembangunan dan penataan kampung wisata batik yang baik menjadi salah satu upaya pemerintah membangun identitas bangsa Indonesia. Poin yang kedua adalah batik memiliki potensi ekonomi yang sangat besar bagi komoditas ekspor Indonesia. Terlepas dari unsur budaya dan seni yang terdapat pada batik, karya seni ini memiliki potensi perekonomian yang besar. Keberadaan kampung wisata batik yang dikembangkan oleh pemerintah akan membuat lajur perekonomian di wilayah tersebut semakin terangkat, baik dari segi penjualan batik maupun dari potensi pengunjung wisata. Poin ini yang menjadi poin penting untuk

menjadikan batik sebagai identitas bangsa Indonesia. Beberapa keuntungan yang didapat Indonesia melalui batik sebagai identitas dan nation brand yaitu;

### **Meningkatkan Citra Indonesia di Mata Internasional**

Keberhasilan pemerintah Indonesia dalam memanfaatkan batik menjadi warisan budaya dunia tak benda memberikan keuntungan bagi Indonesia. Keuntungan yang didapat dari diakuinya batik sebagai warisan budaya tak benda dunia oleh UNESCO telah meningkatkan citra Indonesia di mata internasional. Meningkatnya citra Indonesia di mata internasional ini terbentuk karena UNESCO dan dunia mengakui bahwa, Indonesia memiliki budaya yang luhur dan adi luhung. Hal ini membuat Indonesia dilihat sebagai bangsa yang memiliki peradaban budaya yang besar (Krige, 2017).

Masuknya batik menjadi warisan budaya dunia tak benda memberikan dampak positif ke luar negeri dengan semakin dikenalnya Indonesia, mampu

meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara, meningkatkan ekspor dan tentunya dapat digunakan sebagai alat diplomasi budaya Indonesia agar dunia internasional semakin mengenal batik dan Indonesia.

### **Meningkatkan Kebanggaan Indonesia**

Kebanggaan bangsa Indonesia untuk semakin melestarikan dan menjaga batik sebagai warisan budaya bangsa semakin tinggi, dengan ditetapkannya Hari Batik Nasional setiap tanggal 2 Oktober (Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, 2009). Pada Hari Batik Nasional masyarakat Indonesia dihimbau untuk memakai pakaian Batik pada saat beraktifitas. Himbauan pemerintah ini merupakan wujud kebanggaan masyarakat Indonesia untuk melestarikan batik sebagai warsian budaya dunia tak benda. Kebanggaan lainnya ditunjukkan oleh Dinas Pendidikan Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menetapkan kesenian membatik sebagai muatan lokal kurikulum



sekolah melalui SK Bupati No.5A/2010 (Dinas Pendidikan Dasar Bantul, 2015). Upaya yang dilakukan Pemda Bantul DIY ini adalah cara melestarikan dan menjaga batik Indonesia.

Penetapan Hari Batik Nasional pada 2 Oktober 2009 membuat masyarakat Indonesia bangga dan semakin mencintai batik sebagai warisan budaya Indonesia yang diakui dunia. Tentu nya masyarakat bias lebih bangga dengan melibatkan batik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam acara-acara penting. Selain itu di beberapa daerah seperti di Bantul Yogyakarta memasukkan batik kedalam kurikulum muatan lokal sekolah yang merupakan wujud bangga dan melestarikan batik sebagai warisan budaya Indonesia.

### **Mendapat Perhatian Badan Internasional**

Kebanggaan lain yang ditunjukkan masyarakat Indonesia lainnya adalah bentuknya Komisi Harian Nasional Indonesia untuk UNESCO yang bertugas melaporkan

maupun mengidentifikasi budaya-budaya Indonesia yang telah masuk dalam budaya yang diakui UNESCO maupun yang belum diakui oleh UNESCO (Krige, 2017). Upaya ini dilakukan untuk memantau dan memastikan warisan budaya Indonesia yang masuk dalam kriteria menjadi warisan budaya dunia dan mendorong warisan budaya Indonesian lainnya masuk kedalam warisan budaya dunia, seperti yang dilakukan Komite Nasional Indonesia untuk UNESCO pada tahun 2017 berhasil mendorong warisan budaya Indonesia masuk nominasi UNESCO yaitu: Intangible cultural heritage: Pinisi The Art of the Boatbuilding in South Sulawesi, World Cultural Heritage: The Old Town of Jakarta (Formerly old Batavia) and 4 Outlying Islands (Onrust, Kelor, Cipir dan Bidadari) dan Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto, UNESCO global Geopark: Geopark Ciletuh dan Geopark Rinjani, dan Memory of The World: Panji Folk Stories, Borobudur Archieve, Tsunami Archieve, dan Arsip Gerakan Non Blok. Beberapa warisan budaya dan

kekayaan Indonesia inilah yang masuk dalam perhatian badan internasional yaitu UNESCO dan nantinya budaya Indonesia lainnya juga mendapatkan perhatian yang sama dari badan internasional seperti warisan budaya Indonesia sebelumnya (Krige, 2017).

### **Meningkatkan Promosi Pariwisata**

Pengakuan batik oleh UNESCO sebagai warisan budaya dunia tak benda membuat Musem Batik di Pekalongan banyak dikunjungi oleh para wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Kenaikan potensi pariwisata dari kurun waktu 4 tahun, dimulai pada tahun 2009 hingga tahun 2013 (UPTD Musem Batik Pekalongan, 2013). Signifikansi yang terlihat dari kenaikan disektor pariwisata adalah pada di tahun 2009 total pengunjung selama satu tahun 9.288 kemudian mengalami kenaikan di tahun 2013 sebesar 17.701 selama satu tahun. Jumlah pertumbuhan wisatawan ini merupakan sebuah kenaikan sektor pariwisata yang signifikan sejak ditetapkan batik sebagai warisan budaya dunia tak

benda (UPTD Musem Batik Pekalongan, 2013).

Meningkatnya sektor wisata khususnya di museum batik Pekalongan ini adalah bentuk dari dampak positif dikenalnya batik sebagai identitas bangsa Indonesia sekaligus sebagai warisan budaya dunia. Naiknya potensi wisata batik ini tentunya juga menaikkan potensi pariwisata Indonesia yang kemudian dapat semakin dikenal oleh para wisatawan baik domestic maupun manca negara, sekaligus dapat mendorong promosi potensi pariwisata Indonesia lainnya yang belum dikenal oleh para wisatawan.

### **Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat**

Meningkatnya kesejahteraan rakyat sejak ditetapkan batik sebagai warisan budaya dunia tak benda adalah menjadi momen naiknya potensi ekspor batik Indonesia yang meningkat dari tahun 2008-2013. Proses ekspor batik Indonesia yang semula hanya USD 32 juta pada tahun 2008 kemudian mengalami kenaikan

pesat menjadi USD 300 juta ditahun 2013. Kenaikan ini nilai ekspor ini jelas dapat meningkatkan sektor ekonomi Indonesia yang tentunya dapat mensejahterakan rakyat Indonesia. Tujuan ekspor terbesar batik Indonesia ke negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jerman dan Amerika Serikat (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2014). Naiknya potensi ekspor batik dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat terutama para pengusaha batik dan para pekerja diperusahaan batik. Hal ini tentunya dapat menaikkan perekonomian rakyat jika dilakukan dengan baik dan konsisten.

Pelaksanaan implementasi *nationbrand* Indonesia melalui batik yang bersinggungan dengan dunia internasional antara lain melalui pasar ekonomi yaitu pasar ekspor batik. Di sampaikan oleh Dirjen IKM Kementerian Perindustrian (Kemenperin) Gati Wibawaningsih mengatakan bahwa industri batik berperan penting memenuhi kebutuhan sandang dalam negeri. Catatan Kemenperin terkait ekspor

dan produksi batik pada tahun 2015 mencapai 178 dollar AS atau meningkat 25,7 persen meningkat dari tahun sebelumnya (Frederikus & Sudiaman, 2017). Negara-negara yang menjadi tujuan utama ekspor batik Indonesia adalah Jepang, Amerika Serikat dan Eropa. Negara-negara tersebut adalah negara yang secara langsung berhubungan dengan Indonesia terkait proses ekspor batik. Proses inilah yang juga dimanfaatkan pemerintah untuk membangun identitas dan nation branding, sehingga karya seni batik semakin dikenal oleh dunia internasional sebagai produk asli Indonesia yang juga menjadi identitas bangsa Indonesia.

Proses ekspor batik ke Jepang, Amerika, dan Eropa telah menembus angka 2,1 Triliun rupiah, hal ini disampaikan Menteri Perindustrian (Menperin), yang terus mendorong pemakaian dan konsumsi batik Indonesia. Menperin menyampaikan batik adalah produk budaya Indonesia yang bernilai seni sekaligus ekonomi yang tinggi. Bagaimana caranya

berkontribusi di industri batik, yaitu dengan memakai dan membeli produk batik Indonesiasama juga turut menghidupkan para pembatik skala kecil, menengah hingga besar, Kata Menperin pada acara peresmian Pesona batik Pesisir Utara Jawa Barat yang digelar oleh Yayasan Batik Jawa Barat di Jakarta (Zuraya, 2016). Proses ekspor batik ke Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa adalah wujud konkrit dari implementasi proses pembangunan nation brand dan identitas bangsa Indonesia. Upaya ini sangat membantu pemerintah untuk semakin memperkenalkan identitas bangsa Indonesia ke dunia internasional. Selain itu dampak yang didapat dari proses implementatif melalui pasar ekspor adalah kenaikan perekonomian di industri batik Indonesia sehingga juga berdampak baik bagi perekonomian masyarakat Indonesia.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari upaya pembangunan nation brand adalah proses pembangunan nation brand ini

telah memberikan banyak hasil untuk bangsa Indonesia seperti peluang ekonomi usaha batik semakin terbuka, pasar batik didalam maupun luar negeri semakin luas berkembang, diberikannya pendanaan sarana dan prasarana serta pembangunan sentra industri wisata batik, dan semakin dikenalnya Indonesia dimanca negara dengan batik sebagai identitas dan nation brand Indoensia. Wujud hasil pencapaian batik sebagai nation brand adalah ditetapkannya batik sebagai warisan budaya tak benda dunia oleh UNESCO, dan ditetapkan sekaligus diperingatinya Hari Batik Nasional pada tanggal 2 Oktober. Poin-poin tersebut merupakan bentuk dari upaya pemerintah dalam membangun nation brand dan identitas Indonesia menggunakan sarana budaya.

Saran dan masukan dari penulis untuk penelitian ini adalah, kedepannya pemerintah lebih meningkatkan dan memperhatikan segala macam seni budaya, kearifan lokal, dan kekayaan khasanah bangsa Indonesia, khususnya batik untuk terus dilestarikan dan dikembangkan

terus menjadi identitas bangsa Indonesia. Upaya tersebut dilakukan dengan pemberian dukungan baik berupa pendanaan, maupun pemberian pasar komoditi ekspor khusus batik, sehingga menjadi semakin tertata dan semakin melekatnya brand dan identitas batik Indonesia. Ditetapkannya batik sebagai warisan budaya dunia tak benda oleh UNESCO, dan ditetapkannya tanggal 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional, belum cukup maksimal memberikan ruang tersendiri untuk batik untuk secara kontinyu dipromosikan sebagai identitas Indonesia, walaupun secara konsisten pemerintah telah berhasil memasukkan batik kedalam daftar warisan budaya dunia tak benda yang kemudian berhasil masuk dalam warisan budaya dunia tak benda yang ditetapkan oleh UNESCO.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aronczyk, M (2008) "Living the Brand: Nationality, Globality and the Identity Strategies of Nationbrand Consultants", *International Journal of Communication* (Online). Tersedia di: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/218/118> (Diakses: 10/08/2014).
- Aruman. (2015) *Peran Akademisi dalam Mempertahankan Kota Batik Dunia*, (Online). Tersedia di: <http://digilib.isi.ac.id/2955/1/PERAN-AKADEMISI-DALAM-MEMPERTAHANKAN-KOTA-BATIK-DUNIA-Oleh-Aruman.pdf>> (Diakses: 20/05/2018).
- Bata. F & Sudiaman. M. (2017) *Kemenperin: Ekspor Batik Meningkatkan 25, 7 Persen* (Online). Tersedia di: <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/17/01/08/ojgxp319-kemenperin-ekspor-Batik-meningkat-257-persen> (Diakses: 08/03/2018).
- Dinas Pendidikan Dasar Bantul. (2009) *Batik Sebagai Identitas Bangsa* (Online). Tersedia di: <http://dikdas.bantulkab.go.id/berita/2-12-hari-Batik-nasional-Batik-sebagai-identitas-bangsa> (Diakses: 21/03/2016).
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2016) *Gelar Fashion Show Batik, KBRI Dakar Sinergikan Promosi Budaya dengan Misi Politik Luar Negeri* (Online). Tersedia di: <https://www.kemlu.go.id/dakar/id/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/Gelar-Fashion-Show-Batik,-KBRI-Dakar-Sinergikan-Promosi-Budaya-dengan-Misi-Politik-Luar-Negeri-RI.aspx> (Diakses: 01/03/2018).
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2010) *Promosi Seni dan Budaya Batik Indonesia* (Online). Tersedia di: <https://www.kemlu.go.id/guangzhou/id/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/Promosi-Seni-dan-Budaya-Batik-Indonesia.asp> (Diakses: 05/03/2018).
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2009) *Indonesia Batik Show* (Online). Tersedia di: <https://www.kemlu.go.id/sanaa/id/berita-agenda/berita->

- perwakilan/Pages/Indonesian-Batik-Show.aspx (Diakses: 01/03/2018).
- Kementerian Dalam Negeri Indonesia. (2009) *Hari Batik Nasional* (Online). Tersedia di:  
<http://www.kemendagri.go.id/produk-hukum/2009/11/17/keputusan-presiden-no-33-tahun-2009> (Diakses: 21/03/2016).
- Kementerian Perindustrian Indonesia. (2014) *Gelar Pameran Batik Warisan Budaya VII* (Online). Tersedia di:  
<http://www.kemenperin.go.id/artikel/10149/Kemenperin-Gelar-Pameran-Batik-Warisan-Budaya-VII> (Diakses pada 21/03/2016)
- Koentjaraningrat. (1996) *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Krige, Catherine. (2017) *Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan* (Online). Tersedia di:  
<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/2017/10/05/menjuwarisan-budaya-dunia-proses-penetapan-warisan-budaya-tak-benda-intangible-cultural-heritage-dan-warisan-dunia-world-heritage-indonesia-oleh-unesco> (Diakses: 08/03/2018).
- Parmono, Kartini. (2013) "Nilai Kearifan Lokal dalam Batik Tradisional Kawung" [Online]. Tersedia di:  
<https://jurnal.ugm.ac.id/wisdom/articel/viewFile/13217/9459> (Diakses: 01/03/2018).
- Provinsi Jawa Tengah. (2017) *Kampanye dan Promosi Batik di Amerika* (Online). Tersedia di:  
<https://jatengprov.go.id/beritadaerah/kampanye-dan-promosi-batik-di-amerika/> (Diakses: 27/02/2018).
- Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan (PDPSK). (2016) *Kemendikbud dan Pusat Kajian Statistik Sosial (PKSS) Sekolah Tinggi Ilmu Statistik* (Online). Tersedia di:  
<http://sdm.data.kemdikbud.go.id/upload/files/8.%20Presentasi%20Profil%20Kebudayaan%2017%20Nop%202016.pdf> (Diakses: 02/03/2018).
- Surya. (2009) *Batik Indonesia Resmi Diakui UNESCO* (Online). Tersedia di:  
<http://www.antaraneews.com/berita/156389/Batik-indonesia-resmi-diakui-UNESCO> (Diakses: 21/03/2016).
- UPTD Musem Batik Pekalongan. (2013) *Jumlah Pengunjung Musem Batik Pekalongan Tahun 2006-2013* (Online). Tersedia di:  
<http://thesis.umy.ac.id/datapublik/t39538.pdf> (Diakses: 21/03/2016).
- Van Ham, P. (2001) *The Rise of The Brand State* (Online). Tersedia di:  
<https://www.foreignaffairs.com/articles/2001-09-01/rise-brand-state> (Diakses: 05/03/2016).
- Zuraya, Nidia. (2016) *Ekspor Batik Indonesia tembus Rp. 2.1 Triliun* (Online). Tersedia di:  
<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/05/20/o7gw66383-ekspor-Batik-indonesia-tembus-rp-21-triliun> (Diakses: 28/02/2018).

### **Peraturan Perundang-undangan**

- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 Tentang Hari Batik Nasional.