

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia memiliki deretan pulau yang membentang luas dari sabang sampai merauke dengan keragaman budaya yang luar biasa di masing-masing pulaunya. Salah satu warisan budaya yang ada sampai saat ini adalah batik. Batik merupakan budaya yang sudah lama ada dan berkembang hingga dikenal oleh masyarakat Indonesia. Presiden Soeharto pertama kali memperkenalkan batik ke dunia internasional dengan menjadikan batik sebagai cinderamata untuk tamu-tamu kenegaraan (Evita, 2022) dan pada tanggal 2 Oktober 2009, batik resmi dinyatakan oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan Budaya Lisan Non bendawi (Masterpiece of Oral and Intangible Heritage of Humanity). Dari banyaknya batik di Indonesia, terdapat beberapa batik yang sudah banyak dikenal di antaranya yaitu Batik Solo, Batik Yogyakarta, hingga Batik Pekalongan, namun di antara itu, terdapat daerah lain yang menyimpan jejak sejarah batik yang tak kalah penting, salah satunya adalah Ambarawa. Sejarah batik Ambarawa dimulai pada masa penjajahan Belanda sekitar tahun 1800-an. Belanda mendirikan sentra batik di Semarang dan Ambarawa, hingga Ambarawa dikenal sebagai salah satu kota dengan industri batik yang cukup berkembang. Sayangnya, sentra batik tersebut berhenti beroperasi akibat serangan penjajah Jepang yang mengakibatkan kejayaan tersebut perlahan memudar dan bahkan sempat terlupakan.

Batik Ambarawa yang sempat hilang dari peredaran akhirnya ditemukan kembali di sebuah museum Belanda pada akhir tahun 2020 dan mulai dilestarikan kembali pada tahun 2021. Meskipun memiliki nilai sejarah yang tinggi, Batik Ambarawa masih menghadapi tantangan besar dalam hal pengenalan. Masalah ini diidentifikasi pada penelitian terdahulu di tahun 2022 yang menemukan bahwa hampir 70% responden di daerah asalnya sama sekali tidak mengetahui adanya batik Ambarawa dan motifnya (Astono, 2022). Hal ini mendorong peneliti sebelumnya melakukan upaya pelestarian melalui pembuatan film dokumenter. Upaya pelestarian tersebut terbukti membawa hasil, berdasarkan wawancara

dengan Pak Mahfud selaku pamong budaya Kabupaten Semarang sekaligus pembatik yang berperan aktif dalam pelestarian Batik Ambarawa, batik ini juga telah dikenalkan melalui berbagai kegiatan seperti seminar, pelatihan, hingga peragaan busana. Minat masyarakat pun mulai tumbuh, terbukti dari beberapa pesanan kain batik untuk dijadikan seragam sekolah maupun kebutuhan pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa Batik Ambarawa sudah cukup dikenal di kalangan masyarakat Kabupaten Semarang, namun di luar wilayah tersebut keberadaan batik Ambarawa masih belum banyak diketahui masyarakat. Fakta ini diperkuat oleh survei awal yang penulis lakukan dengan kurang lebih 40 responden yang berasal dari mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang berusia 19–25 tahun, dengan domisili mayoritas di DKI Jakarta (70,7%). Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 63,4% responden sudah pernah mendengar tentang batik Ambarawa, data ini mengonfirmasi adanya peningkatan kesadaran. Namun sebanyak 80,5% dari responden tidak mengetahui seperti apa motif khas dari batik tersebut. Temuan ini menjadi bukti bahwa batik Ambarawa belum dikenal luas secara mendalam oleh generasi muda, khususnya di kalangan Generasi Z, sehingga diperlukan upaya untuk memperkenalkan kembali batik ini dengan membuat inovasi yang tidak hanya mengenalkan nama, tapi secara eksplisit menampilkan dan mengkomunikasikan motif khas batik Ambarawa itu sendiri.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang sedang mendominasi di Indonesia. Sensus dari Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa jumlah Generasi Z mencapai 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari total populasi, menjadikan mereka sebagai kekuatan demografi utama saat ini. Generasi ini menjadi kunci utama dalam mengatasi tantangan ini karena mereka merupakan generasi digital yang terbiasa dengan penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari (Awalia & Zulkarnaini, 2025). Saat ini Generasi Z, telah memasuki panggung utama dalam dunia mode. Mereka tidak hanya membawa perubahan dalam selera fashion, tetapi juga ekspektasi yang berbeda terhadap industri busana secara keseluruhan (Wening & Kusumadewi, 2023). Bagi mereka, fashion tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi pribadi, tetapi juga sebagai cerminan dari nilai-nilai sosial, dan identitas (Ananta & Falah, 2023). Mereka terbiasa dengan lingkungan digital yang sangat terhubung, di mana media

sosial memainkan peran sentral dalam membentuk pandangan fashion mereka (Ananta & Falah, 2023). Hal ini mendorong ketertarikan Generasi Z pada produk yang unik, autentik, dan memiliki cerita, sekaligus menumbuhkan kepedulian terhadap keberlanjutan dan inklusivitas (Wening & Kusumadewi, 2023). Ketertarikan mereka juga meluas ke produk lokal, di mana mereka cenderung lebih percaya diri mengenakan produk dalam negeri (Syah, Rahadi, & Farid, 2022). Dengan demikian, pemanfaatan wastra seperti mengenakan batik dengan sentuhan modern memungkinkan generasi Z untuk membangun koneksi emosional dan kebanggaan terhadap budayanya sendiri. Motif batik yang kaya dengan makna, jika dikemas secara estetik dan sesuai tren dengan tetap mempertahankan nilai-nilai filosofis yang terkandung dalam motif batik, berpotensi besar untuk menarik minat generasi ini. Seperti yang disampaikan oleh Ameylinda dkk. (2024), inovasi pada kain tradisional dapat meningkatkan minat generasi muda terhadap budaya lokal sekaligus memperkuat posisi kain tradisional Indonesia di pasar dalam negeri maupun internasional.

Transisi Generasi Z ke fase dewasa semakin memperkuat peran mereka dalam konteks mode, karena mereka berada dalam fase penting memasuki dunia pendidikan tinggi, dunia kerja, dan membangun kemandirian ekonomi serta identitas sosial. Segmen yang berusia antara 20 hingga 27 tahun secara fundamental mengubah kebutuhan fashion mereka. Fase krusial dari dunia akademik menuju karir profesional ini secara inheren memunculkan kebutuhan fungsional baru untuk busana semi-formal hingga formal dalam berbagai acara penting, seperti kegiatan akademik, wisuda, wawancara kerja, *networking events*, lingkungan kerja kreatif, hingga pertemuan sosial formal lainnya. Data survei awal penulis menunjukkan preferensi yang sangat tinggi terhadap warna monokromatik (90,2%), yang menawarkan kesan rapih dan fleksibilitas tinggi dalam proses padu padan busana (Boston Brand Research and Media, 2025). Koleksi ini menerapkan palet warna monokromatik netral yang terdiri dari hitam dan putih, serta variasi monokromatik earth tone berupa cokelat tua hingga krem. Pilihan warna ini selaras dengan arahan *Trend Forecasting* 2025-2026 pada subtema *Retrospective*, yang menonjolkan penggunaan warna-warna netral dan nuansa sephia untuk membangkitkan kesan nostalgia yang tetap terlihat modern.

bagi Generasi Z. Penggunaan blouse menjadi pilihan favorit karena karakternya yang tidak terlalu santai namun juga tidak kaku (Yunus, 2026). Kombinasi luaran seperti vest atau rompi juga menjadi andalan untuk menciptakan tampilan semi-formal yang menarik (Nurentama, 2025). Fakta survei mendukung hal ini dengan fakta bahwa bahwa 63,4% responden lebih sering menggunakan busana *two-piece* dan 36,6% responden menggunakna *three-piece*. Rancangan koleksi ini kemudian di seleraskan dengan arahan Fashion Trend Forecasting 2025/2026 tema *Neo Nostalgic*, khususnya pada sub-tema *Retrospective*. Tema ini menekankan pada upaya meromantisasi masa lalu melalui penggunaan wastra tradisional yang dikemas dalam desain kontemporer. Implementasi nyata dari tren *retrospective* diwujudkan melalui penerapan potongan asimetris, serta siluet *A-line*. Pemilihan material katun yang *breathable* juga menjadi prioritas karena generasi z sangat mengutamakan kenyamanan dalam mendukung produktivitas kerja mereka (Ailani, 2025).

Pengembangan produk dilakukan dengan mengangkat motif-motif batik Ambarawa yang memiliki makna filosofis sebagai bagian dari konsep desain. Proses perancangan produk tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai budaya yang ingin disampaikan. Karya yang dihasilkan nantinya akan berupa busana *ready to wear* dengan kriteria semi-formal yang akan dievaluasi berdasarkan prinsip-prinsip estetika desain. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian mampu memberikan kontribusi nyata dalam pelestarian Batik Ambarawa melalui inovasi desain yang relevan dengan perkembangan zaman dan preferensi Generasi Z, tanpa menghilangkan nilai budaya dan otentisitas yang melekat pada warisan tersebut.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Batik Ambarawa belum dikenal secara luas oleh generasi muda, khususnya Generasi Z di luar wilayah Kabupaten Semarang.
2. Belum adanya koleksi busana *ready to wear* semi-formal berbahan Batik Ambarawa yang secara spesifik ditujukan untuk memenuhi kebutuhan fungsional dan aspirasi identitas segmen Generasi Z di fase transisi profesional.

3. Perlunya evaluasi desain berdasarkan prinsip estetika untuk memastikan bahwa reinterpretasi Batik Ambarawa menghasilkan produk yang estetik, otentik, dan relevan bagi target pasar.

1.3. Batasan Masalah

1. Produk busana yang dikembangkan adalah busana *ready to wear*.
2. Penilaian estetika produk dilakukan oleh panelis berdasarkan teori estetika menurut Monroe Beardsley.
3. Motif Batik Ambarawa yang digunakan adalah motif tambal kanoman, motif tambal pamiluto, motif ceplok, motif lokcan.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dirumuskan masalah yang akan dibahas yaitu “Apakah Batik Ambarawa dapat diterapkan pada busana *ready to wear*? ”

1.5. Tujuan Penelitian

1. Menciptakan koleksi busana *ready to wear* semi-formal sebagai solusi desain untuk memenuhi kebutuhan fungsional dan aspirasi identitas Generasi Z.
2. Mengetahui penilaian hasil produk berdasarkan teori estetika.

1.6. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna untuk :

1. Bagi Mahasiswa, hasil penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan keterampilan dalam bidang busana.
2. Bagi Masyarakat, hasil penelitian ini berguna untuk mengenalkan lebih luas batik Ambarawa
3. Bagi Pemerintah, hasil penelitian ini berkontribusi dalam upaya pelestarian warisan budaya.
4. Dapat meningkatkan minat Generasi Z terhadap batik Ambarawa.



Intelligentia - Dignitas