

**MOTIVASI MILENIAL PADA PENGGUNAAN *OUTFIT*
BATIK**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)

**Disusun Oleh:
Haqu Imaning Elmiani
NIM. 165020901111021**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Derajat Sarjana
Kewirausahaan**



**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

2020

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan inayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul **Motivasi Generasi Milenial Pada Penggunaan *Outfit* Batik (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)**. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terpanjatkan kepada Bagida Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya.

Penyusunan Skripsi ini tentu saja terlaksana atas bimbingan, dukungan dan kerjasama berbagai pihak. Oleh karena itu saya ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT
2. Kedua orang tua saya tercinta, Ayahanda Unti Ludigdo dan Ibunda Agustiningtyas Marini serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan dukungan serta do'a yang tulus untuk kelancaran penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Fatchur Rohman SE., M.Si yang sudah sabar dan sangat baik dalam membimbing saya untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.
4. Bapak Drs. Nurkholis, M.Bus.(Acc)., Ak., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
5. Bapak Ananda Sabil Hussein, Ph.D selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan Fakultas Eknomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
6. Kakak saya Hayu Iyaka Nastaina, serta kedua adik saya Tity Ilafi Nurmutaqi dan Tifa Irfaning Mardhatillah.
7. Keluarga kedua saya di perkuliahan, HMI Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya serta seluruh teman-teman pengurus dan kader lainnya yang yang sejauh ini selalu memberikan dukungan positif untuk kebaikan peneliti.

8. Keluarga KOHATI HMI Ekonomi dan Bisnis yang senantiasa hadir dan menemani keseharian saya dalam proses penyusunan tugas akhir Skripsi ini.

9. Dan terakhir seluruh teman-teman Program Studi Kewirausahaan angkatan 2016.

Saya menyadari, bahwa skripsi yang saya buat ini masih jauh dari kata sempurna baik segi penyusunan, bahasa, maupun penulisannya. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pembaca guna menjadi acuan agar penulis bisa menjadi lebih baik lagi di masa mendatang. Semoga skripsi ini bisa menambah wawasan para pembaca dan bisa bermanfaat untuk perkembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan.

Malang, 29 Mei 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Fokus Penelitian	8
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Batik.....	8
2.2.1. Sejarah Batik	9
2.2.2. Motif Batik.....	10
2.2.3 Jenis Batik	14
2.3. Perilaku Konsumen	17
2.4. Motivasi	19
2.4.1. Pengertian.....	19
2.4.2. Proses Motivasi	20
2.4.3. Klasifikasi Motif.....	21
2.5. Generasi Milenial	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1. Jenis Penelitian.....	17
3.2. Metode Penelitian.....	18

3.3.	Lokasi Penelitian	18
3.4.	Unit Analisis dan Penentuan Informan	18
3.5.	Metode Pengumpulan Data	19
3.6.	Teknik Analisis Data	21
3.7.	Teknik Keabsahan Data.....	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		23
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	23
4.2.	Deskripsi Karakteristik Informan	23
4.3.	Deskripsi Hasil Penelitian	25
4.1.1.	Pengetahuan Milenial Tentang Batik.....	25
4.1.2.	Jumlah Pakaian Batik Yang Dimiliki	27
4.1.3.	Intensitas Menggunakan Batik	29
4.1.4.	Motif Menggunakan Batik.....	35
4.1.5.	Menumbuhkan Motivasi Menggunakan Batik.....	39
4.4.	Diskusi Temuan	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		50
5.1.	Kesimpulan	50
5.2.	Saran	51
DAFTAR PUSTAKA		53

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tema Exuberant	4
Gambar 2. Tema Neo Medieval	4
Gambar 3. Tema Svarga.....	5
Gambar 4. Tema Cortex.....	5
Gambar 5. Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Umur Tahun 2019.....	6
Gambar 6. Batik Khas Solo.....	11
Gambar 7. Batik Khas Yogyakarta.....	11
Gambar 8. Batik Jlamprang.....	12
Gambar 9. Batik Motif Kampung Warna-warni Jodipan.....	13
Gambar 10. Batik Motif Bunga.....	13
Gambar 11. Batik Motif Topeng Malang	14
Gambar 12. Batik Tulis	15
Gambar 13. Batik Tulis	15
Gambar 14. Batik Cap.....	16
Gambar 15. Batik Print	17
Gambar 16. Proses Motivasi	21
Gambar 17. Mahasiswa FEB Menggunakan Batik.....	33
Gambar 18. Mahasiswa FEB Menggunakan Batik.....	34
Gambar 19. <i>Remider</i> Jum'at Berbatik	34
Gambar 20. <i>Remider</i> Jum'at Berbatik	35
Gambar 21. Informan Menggunakan Pakaian Batik.....	37
Gambar 22. Informan Menggunakan Pakaian Batik.....	37
Gambar 23. FEB Berbatik Challenge	42
Gambar 24. Informan Menggunakan Batik Saat Kegiatan Kemahasiswaan di Kampus ..	43
Gambar 25. Informan Menggunakan Batik Saat Rapat Besar Organisasi	44
Gambar 26. Infografis Batik.....	45
Gambar 27. Paduan motif Batik dengan motif polos.....	46
Gambar 28. Hoodie AHHA motif batik	52
Gambar 29. Hoodie AHHA motif batik	53
Gambar 30. Hoodie AHHA motif batik	53
Gambar 31. Batik LaRosa Jakarta	54
Gambar 32. Batik LaRosa Jakarta	54
Gambar 33. Batik LaRosa Jakarta	55
Gambar 34. Homeware Batik Jumputan.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	57
Lampiran 2.....	59
Lampiran 3.....	68
Lampiran 4.....	80
Lampiran 5.....	91
Lampiran 6.....	99
Lampiran 7.....	110
Lampiran 8.....	114

ABSTRAK

MOTIVASI MILENIAL PADA PENGGUNAAN *OUTFIT* BATIK (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)

Haqu Imaning Elmiani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

haquelmi1509@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Dr. Fatchur Rohman, SE., M.Si.

Batik merupakan warisan budaya asli Indonesia. Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas motif batik sendiri. Batik saat ini sudah sangat berkembang dalam hal pewarnaan serta berbagai jenis model pakaian batik yang diciptakan. Namun, dengan keberagaman batik yang ada saat ini banyak generasi milenial yang enggan menggunakan batik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi unsur apakah yang dapat memotivasi generasi milenial untuk menggunakan batik. Selain itu, untuk menemukan solusi dalam rangka meningkatkan minat generasi milenial menggunakan batik. Penelusuran terhadap unsur-unsur motivasi generasi milenial dimulai dari mengidentifikasi pengetahuan para milenial tentang batik, jumlah batik yang dimiliki, intensitas dalam menggunakan batik, mengungkap sumber motivasi generasi milenial memilih menggunakan batik, serta upaya menumbuhkan minat dalam menggunakan batik.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana pengumpulan datanya dilakukan dengan wawancara sehingga mampu menggali lebih dalam terkait motivasi para milenial menggunakan batik. Sebagai objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang menurut pengamatan peneliti merupakan mahasiswa yang sering menggunakan batik. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menemukan berbagai unsur yang memotivasi generasi milenial seperti adanya anjuran dari lingkungan kampus, sebagai bentuk tanggung jawab melestarikan budaya, serta kepercayaan atau tradisi yang sudah menjadi kebiasaan.

Kata Kunci : *Motivasi, Milenial, Batik*

ABSTRACT

The Motivation of Millenials to Wear Batik Outfit (A Study on the Students of Faculty of Economics and Business Universitas Brawijaya)

Haqu Imaning Elmiani

Faculty of Economics and Business Universitas Brawijaya

haquelmi1509@gmail.com

Advisor :

Dr. Fatchur Rohman SE., M.Si.

Batik is an original Indonesia heritage. Each ethnicity in Indonesia has its own unique batik motif, which has been advanced in coloring and garment model. Despite its diversities, there are many millenials reluctant to wear it.

The objectives of this research are to identify factors that can motivate millenials to wear batik and to find ways to increase the interest of millenials to wear batik. The search for such motivation was started by identifying the millenials' knowledge about batik, the variance of batik, their intensity of wearing batik, and by identifying their source of motivation to wear batik as well as efforts to grow their interest to wear batik.

The data of this qualitative research was gathered from interviews, from which millenials' motivation can be deeply explored. The object of this study is undergraduate students of Faculty of Economics and Business of Universitas Brawijaya who, based on the researcher's observation, frequently wear batik; they are campaigns in the campus promoting the use of batik garments as a cultural preservation responsibility and beliefs and traditions that have converted into habit.

Keywords : motivation, millenials, batik

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Batik merupakan salah satu karya seni yang paling dikenal baik di dalam negeri maupun luar negeri, tidak hanya dikenal tetapi batik juga memiliki peminat yang jumlahnya banyak. Batik telah secara resmi diakui sebagai salah satu warisan budaya Indonesia oleh *United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization* (UNESCO) pada 2 Oktober 2009. Kata batik itu sendiri berasal dari bahasa Indonesia, dari suku kata “ba” dan “tik”, artinya ada titik-titik (Kina Edisi Khusus, 2013). Batik bukanlah sebuah kain yang fungsinya hanya dijadikan pakaian saja, di setiap motif batik yang digambarkan pada lembaran kain pasti memiliki makna dan filosofinya sendiri-sendiri. Pada dahulu kala batik merupakan pakaian yang hanya digunakan di wilayah keraton saja, kemudian dengan seiring berkembangnya kebutuhan dan zaman menyebabkan batik tidak hanya menjadi identitas yang digunakan di wilayah keraton saja. Industri batik pada bentuknya yang paling sederhana diperkirakan mulai berkembang di abad ke-10, saat Jawa banyak mengimpor kain putih (kain mori) yang diimpor dari India sebagaimana diungkapkan dari sumber kuno (Iskandar dan Eny,2017).

Mayoritas produsen batik di Indonesia yang banyak dikenal adalah batik yang berasal dari Pulau Jawa. Indonesia yang memiliki 33 provinsi, dan setiap provinsi pasti memiliki ciri khas yang diangkat dan berhubungan dengan motif serta filosofinya. Makna dan filosofi diangkat dari lingkungan asal pembuatan, baik dari Sabang hingga Merauke. Motif yang bermakna dalam akan nilai dan budaya, menjadi daya tarik tersendiri bagi para pecinta batik. Batik juga memiliki fungsi sebagai penyalur pesan dan nilai yang diangkat dari motifnya, batik menjadi alat untuk memperkenalkan daerah dan budaya daerah asal. Contoh yang demikian misalnya, batik yang diproduksi di beberapa daerah di Pulau Jawa yang paling terkenal sebagai produsen batik ialah Kota Pekalongan, Kota Solo, dan D.I. Yogyakarta. Begitu juga dengan daerah lain seperti daerah NTB. Wilayah

Lombok yang terkenal akan karya seni batiknya yaitu Kota Mataram tentu akan memiliki motif serta makna filosofi yang berbeda yang dipengaruhi oleh daerahnya. Hal tersebut dilatar belakangi budaya dan nilai yang diangkat. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan zaman, batik sudah banyak mengalami perubahan dan terus mengalami peningkatan akan jumlah pencintanya.

Batik pun juga mengikuti perkembangan pada era saat ini. Batik yang dahulunya hanya memunculkan warna-warna *classic* seperti warna dasar coklat, dan hitam sudah tergolong “kuno” bagi generasi yang akrab disapa dengan sebutan Generasi Milenial. Dengan modernisasi yang terbentuk saat ini, karya seni batik sudah membumi dengan generasi milenial. Perkembangan industri batik yang terasa tidak hanya dari sisi produksi yaitu menggunakan alat dengan berbagai metode seperti tulis, cap, dan *print*. Perkembangan yang dirasakan yaitu motif batik yang pada era saat ini tidak terkesan kaku dan formal. Motif yang terbentuk sudah mulai disilangkan dengan motif-motif modern yang berkesan “kekinian”. Ragam hias dan tata warna batik berkembang pada era digital yang mayoritas penduduknya adalah generasi milenial. Pada era sekarang muncul pendesainan batik yang memanfaatkan teknologi komputasi, misalnya Batik Fractal. Batik Fractal merupakan motif batik yang dibuat menggunakan rumus Fractal. Rumus Fractal merupakan rumus matematika yang mempelajari kesamaan dan pengulangan pola¹.

Generasi milenial memiliki jumlah yang besar dalam struktur kependudukan di Indonesia. Rentang usia generasi milenial juga merupakan rentang usia produktif sehingga peranan dalam struktur kependudukan khususnya pada bidang ekonomi cukup besar. Besarnya jumlah generasi milenial dalam struktur kependudukan di Indonesia dapat menjadi ancaman apabila generasi tersebut tidak dapat melestarikan budaya dalam negeri, melainkan lebih mendominasi menggunakan produk luar negeri atau impor. Hal inilah yang membuat tantangan generasi milenial semakin besar di masa depan. Dengan perkembangan batik saat ini, perlu diketahui juga bawasannya cukup penting bagi generasi milenial untuk

¹ <https://www.idntimes.com/science/experiment/aisha-variella-f/batik-fractal-dibuat-dengan-rumus-matematika-c1c2/full>

memahami potensi batik di masa depan. Hal tersebut cukup penting karena generasi milenial saat ini merupakan generasi penerus yang memiliki potensi sangat besar untuk melestarikan batik. Tidak hanya sebagai penikmat batik saja, namun di masa depan tentu membutuhkan pengerajin batik yang harapannya menjadi akan penerus sebagai garda terdepan dalam menghasilkan beragam kain batik.

Perkembangan mode batik yang dari waktu ke waktu semakin memperlihatkan eksistensinya. *Awareness* terhadap penggunaan pakaian batik juga sudah didukung oleh pemerintah dengan mencanangkan aturan yang disahkan pemerintah melalui Keputusan Presiden (Kepres) No. 33 Tahun 2009, dengan tujuan untuk meningkatkan batik sebagai simbol martabat bangsa Indonesia dan memunculkan citra positif. Selain melalui Kepres, pemerintah juga turut menghidupkan citra positif batik melalui lembaga Badan Ekonomi Kreatif Indonesia atau biasa disebut Bekraf. Bekraf memiliki tim khusus yang dibentuk dalam rangka memprediksi dan melakukan survey mengenai trend di masa yang akan datang dalam rangka mendukung penuh usaha ekonomi kreatif di Indonesia disebut *Trend Forecasting*. Mengutip dari artikel Yudhistya², beliau menyebutkan *Trend forecasting* merupakan sebuah metode untuk memprediksi trend atau memproyeksikan trend untuk beberapa waktu kedepan. Hal ini bertujuan untuk memunculkan desain yang baru yang laku dalam rangka memenuhi selera pasar. Negara-negara maju lainnya sudah mengembangkan metode ini. Dalam rangka memaksimalkan fungsi dan tujuannya serta cangkupannya yang semakin luas tim *Trend Forecasting* Bekraf membentuk lembaga sendiri di bawah naungan Bekraf yang diberi nama *Indonesia Trend Forecasting* (ITF).

Merujuk pada artikel *Indonesia Trend Forecasting*³, pada tahun 2019/2020 diprediksi oleh ITF Indonesia akan menganut aliran trend *Singularity* yang dapat digunakan oleh penggiat ekonomi kreatif sebagai acuan tema dalam meluncurkan suatu produk tidak terkecuali industri batik, terdiri dari :

² <https://binus.ac.id/malang/2017/09/trend-forecasting/>

³ <https://trendforecasting.id/singularity>

1. *Exuberant*

Merupakan tema yang menunjukkan keceriaan dan optimisme melalui permainan warna yang *colorful*.



Gambar 1. Tema Exuberant

Sumber : Indonesia Trend Forecasting (diolah peneliti, 2020)

2. *Neo Medieval*

Tema ini memperlihatkan kesan gaya khas pejuang futuristik dengan pewarnaan bumi, yang diadaptasi melalui pandangan yang membangkitkan unsur romantisme pada abad pertengahan.



Gambar 2. Tema Neo Medieval

Sumber : Indonesia Trend Forecasting (diolah peneliti, 2020)

3. *Svarga*

Tema yang menggambarkan keterbukaan pada penciptaan akulturasi, terlihat melalui corak yang saling bertabrakan tetapi tetap memperhatikan keseimbangan.



Gambar 3. Tema Svarga
Sumber : Indonesia Trend Forecasting (diolah peneliti, 2020)

4. *Cortex*

Tema ini menggambarkan kecerdasan yang tercipta di era evolusi, ketika digitalisasi menjadi bagian dari kehidupan manusia. Terlihat melalui tema ini berbentuk abstrak terstruktur tetapi tetap fleksibel.



Gambar 4. Tema Cortex
Sumber : Indonesia Trend Forecasting (diolah peneliti, 2020)

Terdata oleh Kementerian Perindustrian, jumlah industri batik di Indonesia pada tahun 2015 sebanyak 47.755 unit IKM yang tersebar di seluruh Indonesia⁴. Perkembangan industri batik yang demikian juga disebabkan karena banyaknya permintaan pasar. Dengan jumlah penduduk yang tinggi tentu kebutuhan akan produksi batik juga dituntut tinggi. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, struktur demografi di Indonesia. Berikut jumlah penduduk Indonesia menurut kelompok umur pada tahun 2019 :



Gambar 5. Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Umur Tahun 2019
Sumber : Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas),2018

Perkembangan batik tidak hanya terbatas pada perkembangan pasar di Indonesia, tetapi juga mancanegara. Batik Indonesia dianggap telah menguasai pasar dunia, hal ini terlihat dari capaian ekspor batik dan produk batik pada 2017 sebesar 58,46 juta dolar dengan negara tujuan utama meliputi Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa⁵. Berkembangnya industri ini tentu sudah menjadi salah satu fokus pemerintah dalam upaya untuk melestarikan budaya asli Indonesia. Berbagai macam *event* diselenggarakan oleh pemerintah dalam rangka memperkenalkan batik, bekerjasama dengan desainer muda.

⁴ <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3034022/ada-47000-ikm-batik-serap-hampir-200000-tenaga-kerja>

⁵ <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/05/18/p8whg2377-kemenperin-industri-batik-ri-pimpin-pasar-dunia>

Pagelaran *fashion show* yang dilaksanakan di Surabaya beberapa waktu lalu, merupakan salah satu bentuk pemerintah dalam mewadahi dan terus mengembangkan industri batik di Indonesia. *Fashion show* batik dan acara *workshop* dari Ikatan Wanita Pelukis Indonesia (IWPI) telah diselenggarakan tepat pada Hari Batik Nasional. Acara ini menghadirkan desainer muda Ayu Mega, yang menampilkan beberapa koleksi batik dan busana tradisional lainnya seperti kebaya⁶. Acara tersebut berisikan pameran, seminar *workshop* pembuatan kain batik, dan *fashion show* yang menampilkan koleksi busana dari desainer muda Ayu Mega. Mode batik yang dipamerkan lebih menyorot pada generasi milenial, mulai dari penampilan casual hingga formal.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang motivasi milenial dalam menggunakan *outfit* batik.

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan tingginya jumlah industri batik di Indonesia saat ini, yang tentu berdampak pada munculnya ragam jenis batik, ragam warna, dan ragam motif. Seiring munculnya keberagaman tersebut apakah batik yang ada saat ini sudah mampu memotivasi generasi milenial untuk menggunakan batik di kegiatan sehari-harinya saat ini. Dari latar belakang tersebut peneliti menginisiasi melakukan dialog pendahuluan dengan beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (FEB UB) untuk mengidentifikasi beberapa masalah yang memperkuat pentingnya penelitian ini dilakukan.

Dalam dialog yang peneliti lakukan, Sasa mengatakan bahwa dirinya tidak suka menggunakan batik dikarenakan apabila menggunakan batik berkesan seperti pakaian orang tua. Senada dengan hal tersebut, Nada mengemukakan bahwa baju batik hanya cocok digunakan pada saat waktu-waktu formal saja seperti acara pernikahan dan wisuda. Selanjutnya, Zahra menjelaskan, dirinya memilih

⁶ <https://www.idntimes.com/life/women/fajar-laksmi-dewi-1/fashion-show-batik-untuk-negeri-di-hari-batik-nasional/full>

menggunakan batik karena adanya tuntutan organisasi yang mengharuskan menggunakan batik setiap hari Jum'at, dan pada saat diadakannya rapat. Terakhir, Alfa menjelaskan bahwa dirinya belum mengerti bahwa mode batik saat ini sudah beragam dari mode warna, dan motif.

Dari beberapa pernyataan awal di atas, peneliti mengidentifikasi bahwa :

1. Generasi Milenial kurang memiliki minat dalam menggunakan batik sebagai *outfit* mereka sehari-hari.
2. Masih terdapat kesan kuno pada generasi milenial apabila menggunakan batik sebagai *outfit* sehari-hari.
3. Batik bukan pilihan utama dalam penggunaan pakaian sehari-hari.

1.3.Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian identifikasi masalah yang telah disebutkan pada sebelumnya, maka masalah yang akan dikaji pada penelitian ini dibatasi yaitu untuk mempelajari motivasi generasi milenial dalam menggunakan *outfit* batik sebagai pakaian sehari-hari.

1.4.Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka, rumusan masalah yang diajukan untuk penelitian ini yaitu :

1. Apakah yang mendasari generasi milenial berminat menggunakan *outfit* yang bermotif batik?
2. Unsur apakah yang paling menarik generasi milenial menggunakan *outfit* batik?

1.5.Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apa yang mendasari generasi milenial pada penggunaan *outfit* batik.

2. Untuk mengetahui motivasi paling menarik yang menyebabkan generasi milenial suka menggunakan batik.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan nantinya akan bermanfaat bagi beberapa pihak, yaitu antara lain :

1. Bagi Peneliti

Peneliti dapat menambah pengetahuan terkait motivasi yang mempengaruhi generasi milenial terutama pada kalangan mahasiswa untuk menggunakan *outfit* batik.

2. Bagi Produsen Batik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para produsen batik dalam melakukan inovasi pada produk batik sehingga harapannya generasi muda akan terus bangga dalam melestarikan budaya dengan menggunakan pakaian batik.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa kerangka teoritis tentang motivasi keputusan pembelian produk batik oleh generasi milenial, serta variabel-variabel dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini akan dipaparkan beberapa penelitian terdahulu yang membahas terkait persepsi remaja pada industri batik. Yang pertama, penelitian yang dilakukan oleh Suliyanto, dkk (2015) tentang persepsi generasi muda terhadap pengerajin batik. Penelitian ini menunjukkan bahwa generasi muda mempersepsikan pekerjaan pengerajin batik sebagai pekerjaan yang menghasilkan *income* yang kecil. Selain itu, jenjang karir yang tidak pasti yang membuat minat generasi muda enggan untuk berprofesi sebagai pengerajin batik. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi generasi muda terhadap profesi pengerajin batik. Penelitian dilakukan karena peneliti menemukan permasalahan yaitu belum teridentifikasinya persepsi generasi muda terhadap profesi pengerajin batik tulis dan alasan generasi muda enggan untuk menjadi pengerajin batik tulis di Purbalingga. Dengan diketahuinya persepsi generasi muda terhadap profesi pengerajin batik tulis maka dapat dirumuskan strategi pengembangan untuk pelestarian batik tulis di Purbalingga.

Yang kedua, penelitian yang dilakukan oleh Tisia (2018) tentang pengaruh persepsi generasi langgas (milenial) pada keputusan pembelian produk batik. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa keputusan pembelian generasi langgas terbentuk dari persepsi mereka. Dengan dilakukannya penelitian ini, bertujuan agar mengetahui pengaruh persepsi generasi langgas tentang kualitas dan inovasi produk batik modern terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa ketika generasi langgas memiliki persepsi yang bahwa produk batik modern berkualitas maka tingkat keputusan pembelian produk tersebut akan meningkat begitu pun sebaliknya. Selain itu, persepsi yang terbentuk pada generasi langgas adalah faktor dari proses pemasaran yang dilakukan pada media sosial. Di era digital saat ini tentu peran media sosial tidak dapat dipungkiri lagi dalam hal pemasaran produk khususnya batik.

Penelitian yang ketiga, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Retno (2016) terkait pengaruh minat remaja dalam menggunakan batik. Penelitian dilakukan untuk mengetahui apa yang menjadi pengaruh utama remaja dalam memakai batik. Dalam penelitian tersebut ditunjukkan bahwa remaja memegang peranan penting dalam pelestarian budaya, yang di maksudkan batik merupakan salah satu bentuk budaya yang harus dipertahankan di setiap generasi. Berkaitan dengan pelestarian budaya remaja memiliki potensi untuk melestarikan budaya khususnya batik. Peneliti menemukan masalah yaitu remaja yang beranggapan bahwa kain batik adalah kain klasik yang tidak menarik dari segi warna, corak, maupun motifnya yang hal tersebut dapat menjadi ancaman bagi pelestarian batik apabila generasi mudanya tidak dapat mempertahankan budayanya sendiri. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi persepsi remaja terhadap kain batik, yaitu faktor motif sosial dan pengembangan.

Setelah dijabarkan beberapa penelitian terdahulu peneliti belum menemukan adanya penelitian yang membahas secara spesifik terkait motivasi milenial terhadap keputusan pada penggunaan produk batik. Menyangkut milenial dan *fashion*, tentu saja menarik untuk diteliti.

2.2.Batik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian batik adalah kain bergambar yang pembuatanya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu. Kata batik sendiri dalam bahasa jawa diartikan menulis. Batik adalah istilah yang digunakan untuk menyebut kain bermotif yang dibuat menggunakan teknik *resist* menggunakan material lilin atau disebut juga malam (Nurainun dkk, 2008).

Kata Batik dari Ensiklopedia Indonesia adalah cara menulis di atas kain mori, katun, tetoron, adakalanya kain sutera dengan cara melapisi bagian-bagian yang tidak berwarna dengan lilin yang disebut juga malam. kemudian kain yang telah dilapisi lilin tersebut dicelupkan ke dalam zat warna yang dikehendaki dan

dikeringkan. Proses yang demikian diulangi untuk setiap warna yang digunakan (Santosa, 2019:10).

Menurut Susanto (1981) dalam (Komarudin 2019) istilah “membatik” secara etimologi adalah membuat banyak *cecek* atau titik. Apabila ditinjau secara terperinci, terwujudnya garis adalah sekumpulan dari titik-titik. Oleh karena itu membuat banyak titik atau *cecek* nantinya akan berupa garis dan di dalam istilah batik terwujud pengertian membuat garis atau dalam bahasa Jawa dikenal dengan istilah ‘*nyorek*’ (dengan pensil atau sejenisnya), ‘*me-ngelowong*’ (menggaris dengan cairan malam), ‘*me-nembok*’ (menutup isian dengan canting besar atau *jegul/bleber* maupun dengan kuas).

2.2.1. Sejarah Batik

Sudah berabad-abad lamanya bahwa asal muasal munculnya batik berasal dari tanah Jawa. Hal tersebut dikarenakan batik sudah digunakan sebagai pakaian adat sejak jaman Hindu. Hal tersebut juga dapat didukung dengan adanya beberapa kesamaan motif atau corak dengan beberapa relief candi-candi yang ada pulau Jawa.

Santosa (2019) menjelaskan asal mula seni batik berdasar pada dua pendapat yang saling bertentangan, pertama mengatakan bahwa batik berasal dari India karena Indonesia pernah berhubungan dengan India. G.F Rouffer berpendapat bahwa asal mulanya seni batik Jawa adalah berasal dari India. Pedagang-pedagang India mempengaruhi Jawa dalam agama dan kebudayaan sejak kurang lebih abad ke 4. Pendapat ke-dua dengan teori Dr. J. Brandes yang mengatakan apabila seni batik betul-betul dari Jawa dan merupakan kebudayaan yang memerlukan banyak belajar dan bukan dari Hindu. Sebelum kebudayaan Indonesia bertemu dengan kebudayaan India, bangsa Indonesia telah mengenal batik mengenal seni membuat batik.

2.2.2. Motif Batik

Motif batik yang dipakai oleh seseorang terlihat ada berbagai macam coraknya. Tetapi apabila diperhatikan dengan seksama motif batik dapat di golongkan. Menurut Widodo (1983:22) motif batik digolongkan menjadi empat golongan, yaitu :

1. Motif Garis

Contoh motif terdapat pada motif kawung, Udan Liris, Parang Rusak, Parang Kusuma, Tirta Tirja, dan Jlamprang.

2. Motif Tumbuhan

Contoh motif terdapat pada motif Sido Luhur, Sido Mukti, Sido Karno, Wirasat, Kembang Kopi, Rajak Sente, Kawung, dan Buah Salak.

3. Motif Hewan

Contoh motif terdapat pada motif Nagasasro, Semen, Semen Romo, Alas-alasan.

4. Motif Manusia

Biasanya merupakan kain untuk bahan baju atau gaun.

Selain itu menurut Widodo (1983:22) menambahkan motif dapat dibedakan berdasarkan aliran, yaitu Motif yang bersifat tradisional dan yang bersifat modern. Contoh batik yang beraliran tradisional antara lain seperti Sido Luhur, Sido Mukti, Sido Karno, Srikaton, Bokor Kencana, Pringgodani, Kembang Asem dan Wirasat. Selanjutnya contoh motif yang bersifat modern antara lain seperti motif Alas-alasan, Rio, dan motif-motif yang berwarna Bangjo (*Abang Ijo* atau Merah Hijau).

Berkaitan dengan keberagaman motif batik yang tercipta, terdapat beberapa ciri khas yang ditonjolkan motif batik dari berbagai daerahnya. Daerah yang paling dikenal menghasilkan kain batik yaitu Jawa Tengah. Pekalongan, Yogyakarta dan Solo merupakan daerah yang sudah banyak dikenal akan

kecantikan motifnya. Merujuk pada artikel infobatik.id⁷ batik yang berasal dari Jawa Tengah memiliki beberapa ciri khas nya seperti batik yang berasal dari Solo memiliki motif yang banyak dipengaruhi oleh kepercayaan hindu dengan pewarnaannya yang khas yaitu warna classic.



Gambar 6. Batik Khas Solo
Sumber : dokumentasi infobatik.id (diolah peneliti,2020)

Selain Solo, Yogyakarta juga memiliki motif batiknya yang khas dari segi pewarnaan yaitu menggunakan warna Hitam dan Putih.



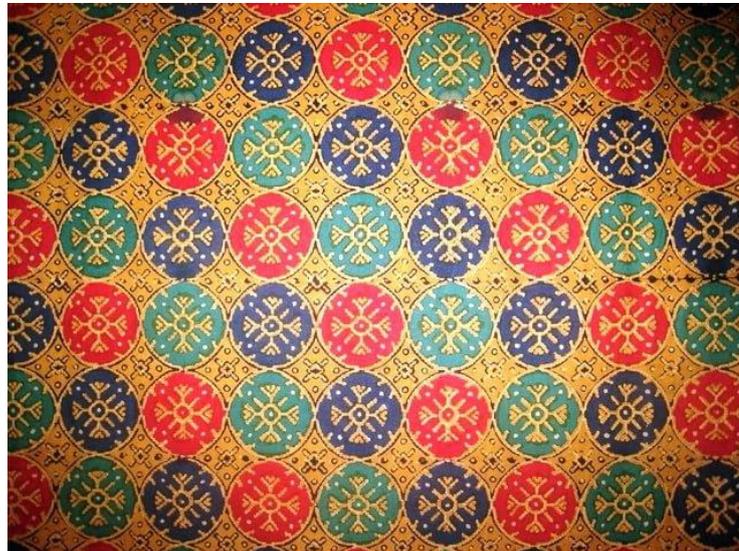
Gambar 7. Batik Khas Yogyakarta
Sumber : dokumentasi infobatik.id (diolah peneliti.2020)

Selanjutnya Kota Pekalongan yang juga menjadi salah satu kiblat industri batik di Indonesia. Contoh dari motif batik yang terkenal dari Pekalongan merupakan motif Batik Jlamprang⁸. Motif Batik Jlamprang merupakan motif batik

⁷ <https://infobatik.id/ragam-batik-khas-jawa-tengah/>

⁸ <https://www.cintapekalongan.com>

yang mendapatkan inspirasi dari para pedagang asal Gujarat India. Kemudian masyarakat Pekalongan mengadopsi, yang menghasilkan motif Jlamprang yang terdiri dari bentuk bujur sangkar dan persegi panjang yang disusun menyerupai anyaman pada kain tenun patola (kain dari Gujarat).



Gambar 8. Batik Jlamprang
Sumber : dokumentasi cintapekalongan (diolah peneliti, 2020)

Selain batik Jawa Tengah yang sudah dikenal luas oleh masyarakat baik dalam negeri maupun luar negeri, Batik juga berkembang di daerah lain salah satunya batik yang berasal dari Kota Malang yang lebih dikenal dengan Batik Malangan. Batik Malangan juga memiliki ciri khasnya sendiri yang membedakan dengan batik-batik yang berasal dari Jawa Tengah. Antara lain karena motifnya yang sudah beradaptasi dan lebih modern atau biasa disebut motif kontemporer. Motif batik yang terkenal di Malang antara lain motif Topeng Malang, Motif Kampung Warna-warni Jodipan, dan Motif Bunga. Motif Topeng Malang diciptakan sesuai dengan ciri khas seni yang ada di Kota Malang yaitu Topeng Malang. Selain itu motif Kampung warna-warni Jodipan dan Bunga, diciptakan karena di Kota Malang terdapat kampung yang menjadi destinasi wisata karena keunikan warna di rumah-rumah warganya yang bermacam-macam sehingga disebut dengan kampung warna-warni. Motif Bunga diadaptasi dari Kota Malang yang dikenal banyak bunganya sehingga Malang memiliki julukan yaitu Malang Kota Bunga.



**Gambar 9. Batik Motif Kampung Warna-warni Jodipan
Sumber : dokumentasi Batik Blimbing Malang (diolah peneliti, 2020)**



**Gambar 10. Batik Motif Bunga
Sumber : dokumentasi Batik Blimbing Malang (diolah peneliti, 2020)**



Gambar 11. Batik Motif Topeng Malang
Sumber : dokumentasi Batik Blimbing Malang (diolah peneliti, 2020)

2.2.3 Jenis Batik

1. Batik Tulis

Batik Tulis merupakan batik yang dibuat menggunakan teknik tulis menggunakan canting *klowong* dan canting *cecek*. Teknik pembuatan batik tulis yaitu dengan menggunakan canting klowong yang sudah diisi menggunakan malam leleh. Malam yang sudah ada di dalam canting selanjutnya di lukiskan di atas kain yang sudah bermotif.



Gambar 12. Batik Tulis

Sumber : dokumentasi Batik Blimbing Malang (diolah peneliti, 2020)



Gambar 13. Batik Tulis

Sumber : dokumentasi Batik Blimbing Malang (diolah peneliti, 2020)

2. Batik Cap

Batik Cap merupakan jenis batik yang dibuat menggunakan teknik cap. Teknik cap dilakukan dengan cara menempelkan canting cap yang sudah di celup

ke cairan malam panas pada selembar kain. Canting cap terbuat dari bahan tembaga yang dibentuk sehingga memiliki motif.



Gambar 14. Batik Cap

Sumber : dokumentasi Batik Blimbing Malang (diolah peneliti, 2020)

3. Batik Print

Batik Print merupakan batik yang diproduksi tanpa menggunakan proses menempelkan malam diatas kain. Pada dasarnya batik print tidak termasuk ke dalam jenis batik, tetapi orang banyak mengenal karena harganya yang lebih murah di bandingkan dengan batik cap dan batik tulis. Selain karena harganya yang lebih terjangkau, motif yang dibuat oleh batik print lebih variatif dari segi pewarnaan dan rumit pada bagian motifnya. Pembuatan batik print menggunakan mesin khusus, kain putih yang kemudian di cetak dan diberi motif batik di atas kain.



Gambar 15. Batik Print
Sumber : dokumentasi Batik Blimbing Malang (diolah peneliti, 2020)

2.3.Perilaku Konsumen

Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan apa serta di mana (kejadian di sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen (Nugroho, 2003 : 2)

Menurut Sciffman dan Kanuk (dalam Sumarwan, 2011: 4) istilah Perilaku Konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka . Sedangkan, ada pendapat lain yang dari Engel, Blackwell, dan Miniard mengartikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan.

Dari beberapa definisi yang telah disebutkan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi (Suwarman, 2011: 5)

Swastha dan Handoko (2010: 9) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan

menggunakan barang dan jasa ekonomi termasuk kegiatan pengambilan keputusan. Sementara Tjiptono (2010: 41) menyampaikan definisi secara skematis, dimensi perilaku konsumen meliputi tiga aspek utama, diantaranya:

Pertama, Tipe pelanggan meliputi hal-hal, 1) Konsumen akhir atau konsumen rumah tangga, yaitu konsumen yang melakukan pembelian dilakukan semata-mata untuk keperluan konsumsi sendiri, 2) Konsumen bisnis (disebut juga konsumen organisasional, konsumen industrial, atau konsumen antara) adalah konsumen yang melakukan pembelian untuk keperluan lebih lanjut, kemudian dijual (produsen).

Kedua, Peranan konsumen terdiri atas hal-hal, 1) *User* merupakan orang yang benar-benar (secara aktual) menggunakan produk atau mendapatkan manfaat dari produk/jasa yang dibeli, 2) *Payer* merupakan orang yang mendanai atau membiayai pembelian, 3) *Buyer* merupakan orang yang berpartisipasi dalam pengadaan produk dari pasar.

Perilaku konsumen adalah dinamis, berarti bahwa perilaku seorang konsumen, grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran. Dalam studi perilaku konsumen, salah satu implikasinya adalah bahwa generalisasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk, dan individu atau grup tertentu. (Nugroho, 2003: 3)

Dalam perilaku konsumen, terdapat acuan dalam menentukan segmenting, targeting, serta positioning dengan mengelompokkan berdasarkan kohort. A.B Susanto mendefinisikan kohort sebagai sekelompok manusia yang sama-sama mengalami berbagai kejadian dan peristiwa dalam zaman yang sama. Dengan demikian anggota-anggota dalam kohort mereka membentuk memori, persepsi, dan emosi yang berbagai macam responnya terhadap suatu kejadian. Menurut Tjitjik Hamidah dalam jurnalnya, generasi milenial yang lahir antara tahun 1980-2000 memiliki karakter yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Generasi milenial merupakan pribadi yang bekerja untuk menerapkan kreativitas, serta

cenderung bekerja pada lingkungan kerja yang santai, karena menurut mereka bekerja bukan untuk menghidupi keluarga seperti yang dilakukan oleh generasi sebelumnya. Generasi ini menggunakan media sosial sebagai alat untuk berinteraksi. Senada dengan hal tersebut menurut Buku profil generasi milenial, karakter generasi milenial memiliki jiwa kreatif, inovatif, informatif dan mempunyai *passion* dan generasi ini lebih akrab dengan teknologi tak terkecuali generasi milenial.

2.4.Motivasi

2.4.1. Pengertian

Motivasi berasal dari bahasa Latin yang berbunyi *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Pentingnya motivasi karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia. Motivasi semakin penting agar konsumen mendapatkan tujuan yang yang diinginkannya secara optimum (Nugroho,2003: 25).

Kreithner dan Kinicki (2001:378) motivasi merupakan proses psikologis yang membangkitkan dan mengarahkan perilaku pada pencapaian tujuan. Menurut Mangkunegara (2009:93) motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan pegawai agar mampu mencapai tujuannya dari motifnya. Menurut Santoso Suroso dalam Fahmi (2013:107) motivasi adalah suatu kumpulan perilaku yang memberikan landasan bagi seseorang untuk bertindak dalam suatu cara yang diarahkan kepada tujuan spesifik tertentu.

Menurut Sciffman dan Kanuk dalam Ujang (2011:23) mendefinisikan motivasi; *“Motivation can be described as driving force within individuals that imples them to action. This driving force is produced by state of tension, which exist as the result of an unfulfilled need”* yang artinya motivasi dapat digambarkan sebagai pendorong dalam diri individu yang dapat mendorong mereka untuk bertindak. Kekuatan yang mendorong ini dihasilkan dari sebuah tekanan yang dihasilkan karena adanya kebutuhan yang tidak terpenuhi.

Menurut Mathis & Jackson dalam (Bangun 2012:312) mengatakan, motivasi merupakan hasrat di dalam seseorang menyebabkan orang tersebut melakukan suatu tindakan. Oleh sebab itu motivasi merupakan penggerak yang mengarahkan pada tujuan dan itu jarang muncul dengan sia-sia.

2.4.2. Proses Motivasi

Perilaku yang termotivasi diprakarsai oleh pengaktifan kebutuhan atau pengenalan kebutuhan. Kebutuhan atau motif diaktifkan ketika ada ketidakcocokan yang memadai antara keadaan aktual dan keadaan yang diinginkan atau yang disukai. Karena ketidakcocokan ini meningkatkan, hasilnya adalah pengaktifan suatu kondisi kegairahan yang diacu sebagai dorongan (*drive*). Semakin kuat dorongan tersebut, maka semakin besar pula urgensi respons yang dirasakan (Nugroho 2003:27)

Berdasarkan pada gambar 2 tersebut, maka terdapat unsur-unsur yang terlibat dalam proses motivasi (Tatik, 2008:28) meliputi :

1. Kebutuhan

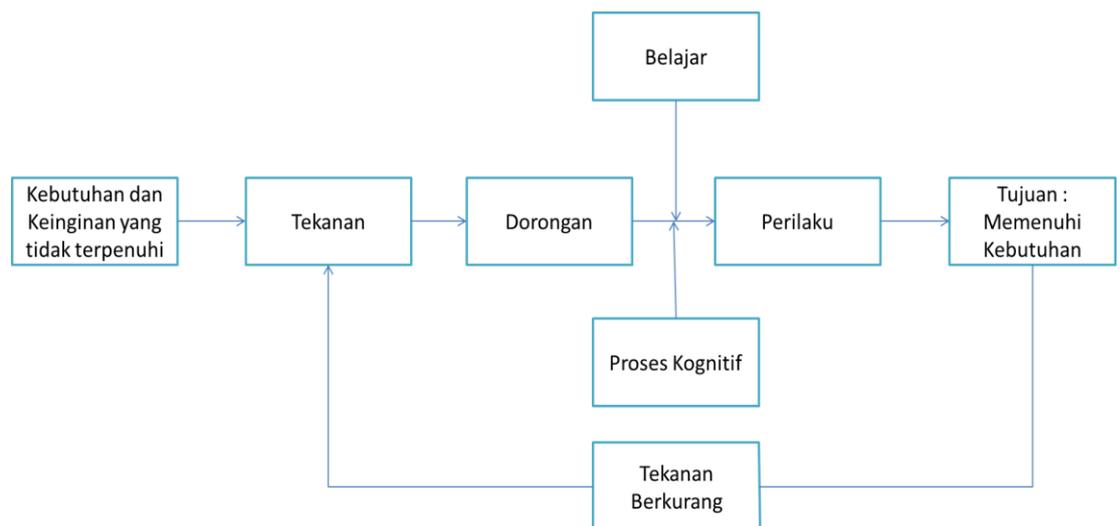
Setiap konsumen sebagai individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Kebutuhan ini ada yang bersifat fisiologik dan tidak terpelajari, tetapi ada juga yang bersifat dipelajari. Kebutuhan yang sifatnya fisiologik antara lain kebutuhan akan makanan, udara, air, dan pakaian, perlindungan serta kebutuhan seksual. Sedangkan kebutuhan yang dipelajari antara lain penghargaan diri, *prestige*, kekuasaan dan lain-lain

2. Perilaku

Merupakan aktivitas yang dilakukan individu dalam usaha memenuhi kebutuhan. Perilaku ini dapat diamati dalam bentuk pengambilan keputusan, pemilihan merek, dan penolakan terhadap suatu merek.

3. Tujuan

Tujuan merupakan sesuatu yang akan dicapai oleh konsumen sebagai hasil atas perilaku yang dilakukan. Tujuan yang dipilih oleh konsumen tergantung pengalaman pribadinya, kapasitas fisik, norma-norma dan nilai-nilai budaya yang ada dan kemampuan untuk mencapai tujuan tersebut.



Gambar 16. Proses Motivasi
Sumber : Tatik (2008)

2.4.3. Klasifikasi Motif

Motif yang dimiliki setiap konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan yang akan diambil. Secara garis besar motivasi yang dimiliki konsumen dibagi menjadi motivasi yang rasional dan irasional.

Menurut Juwono dalam A'ini (2013), membagi motivasi ke dalam 2 jenis yaitu :

1. Motivasi Internal,

Adalah motivasi yang dibangkitkan dari dalam diri sendiri, Yang termasuk dalam motivasi internal antara lain :

- Kebutuhan
- Keinginan
- Kerjasama
- Kesenangan
- Dorongan

2. Motivasi Eksternal

Merupakan motivasi yang berasal dari luar diri, yang termasuk dalam motivasi :

- Imbalan
- Harapan
- Bonus

Menurut Shet et al dalam Etta dan Sopiah (2013:163), menyatakan empat tipe konsumsi, yaitu :

1. Hedonis, adalah kesenangan indriawi.
2. Kesenangan Estetis, merupakan kesenangan untuk terlihat lebih baik di banding yang lain.
3. Emosional

Konsumen dalam membeli dan mengonsumsi produk bukan hanya karena nilai fungsionalnya saja, tetapi juga karena nilai sosial dan emosionalnya. Pembelian dilakukan atas dasar kemampuan produk menstimulasi dan memuaskan emosi (Etta dan Sophia, 2013:163)

Menurut Loudon dan Bitu (dalam Tatik, 2013:25) mengklasifikasikan motif mulai dari yang polanya sederhana hingga yang komprehensif. Pada pola yang sederhana motif dapat di klasifikasikan ke dalam 3 jenis, yaitu :

1. Motif Fisiologis dan Psikogenik

Motif fisiologik diarahkan pada pemenuhan kebutuhan biologis individu secara langsung seperti rasa lapar, haus, pakaian, seks, dan rasa sakit. Sedangkan

motif psikogenik menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan psikologis seperti prestasi, penerimaan sosial, status, kekuasaan dan lain-lain.

2. Motif disadari dan tidak disadari

Motif yang disadari adalah motif yang disadari sepenuhnya oleh konsumen, sedangkan motif yang tidak disadari sepenuhnya oleh konsumen termasuk ke dalam motif yang tidak disadari. Pada umumnya konsumen kurang menyadari motif sesungguhnya karena ketidakmauan untuk menelusuri alasan yang menyebabkan melakukan suatu perilaku.

3. Motif Positif dan motif Negatif

Motif positif adalah motif yang menarik individu lebih terfokus pada tujuan yang diharapkan, sedangkan motif negatif adalah motif yang memberikan dorongan kepada individu untuk menjauhkan konsekuensi-konsekuensi atau akibat yang tidak diinginkan.

2.5. Generasi Milenial

Berdasarkan beberapa ahli dari berbagai negara, Statistik Gender Generasi milenial menyimpulkan bahwa generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1980 sampai tahun 2000. Selanjutnya konsep generasi milenial Indonesia adalah penduduk Indonesia yang lahir antara tahun 1980-2000 yang dijadikan acuan sebagai penelitian. Penting untuk diketahui juga mengacu pada Buku Profil Generasi Milenial Indonesia, generasi milenial memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Minat membaca konvensional sudah menurun, dan lebih memilih membaca melalui *smartphone*.
2. Generasi yang wajib memiliki media sosial sebagai sarana komunikasi
3. Lebih memilih *smartphone* dari pada TV
4. Akan menjadikan keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambilan keputusan.

Dengan begitu karakter yang dimiliki oleh generasi milenial juga akan berbeda dengan generasi sebelumnya. Pada generasi ini akan muncul ekosistem digital yang akan menciptakan berbagai ragam bidang di Indonesia. Dari sisi pola pikir yang *open minded*, menjunjung tinggi kebebasan, kritis dan berani. generasi ini dilahirkan dan dibesarkan pada saat kondisi ekonomi, politik dan sosial bergejolak di Indonesia.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara Ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis (Sugiyono, 2019:2). Berangkat dari rasa ingin tahu manusia perlu melakukan penelitian, sehingga menghasilkan pengetahuan berdasarkan pengalaman (empirik) tentang objek sosial yang diteliti tersebut (Hamidi, 2004:2). Dari Pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian menempatkan posisi yang paling *urgent* dalam ilmu pengetahuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan melindunginya dari kepunahan. Penelitian memiliki kemampuan meng-*upgrade* ilmu pengetahuan sehingga ilmu pengetahuan menjadi lebih *up to date*, canggih, *aplicated*, serta setiap saat aksiologis dengan masyarakat.(Burhan, 2007:6)

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Penelitian Kualitatif karena akan melihat pada proses dan kondisi dari motivasi milenial di lingkungan Universitas Brawijaya dalam menggunakan *outfit* batik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa yang mendorong generasi milenial di Universitas Brawijaya dalam menggunakan baju batik. Peneliti yang menggunakan pendekatan kualitatif melakukan aktivitasnya untuk memperoleh kebutuhan, sejumlah informasi, atau cerita yang rinci tentang objek dan latar sosial penelitian (Hamidi, 2004:3). Sejalan dengan hal tersebut, menurut Kirk dan Miller (dalam Lexy,2012:4) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *Postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada

kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2019:18).

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif digunakan dalam penelitian karena peneliti hendak mengungkapkan motivasi yang mendorong generasi milenial di Universitas Brawijaya dalam menggunakan produk batik. Hal ini dapat diketahui melalui proses wawancara dan observasi dengan memperhatikan perilaku mahasiswa secara langsung dalam menggunakan pakaian batik. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti ingin mengungkapkkan unsur apa yang dapat memotivasi mahasiswa dalam menggunakan baju batik.

3.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian terutama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Penelitian ini di lakukan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Peneliti memilih lokasi penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya karena rentan umur mahasiswa aktif S1 saat ini termasuk pada golongan generasi milenial yang menjadi objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

3.4. Unit Analisis dan Penentuan Informan

Unit analisis dalam penelitian ini adalah motivasi milenial yang mendorong minat milenial dalam menggunakan batik. Dalam penentuan informan, peneliti memilih mahasiswa S1 Fakultas Eknomi dan Bisnis Universitas Brawijaya sebagai pihak yang terlibat langsung sebagai objek penelitian.

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian (Burhan, 2007:78). Rentang usia generasi milenial mengikuti pada acuan buku profil generasi milenial yang menyebutkan generasi milenial lahir pada jangka waktu tahun 1980-2000. Dalam hal ini peneliti memilih mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya sebagai informan dikarenakan usia mahasiswa aktif S1 saat ini berada pada golongan generasi milenial.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan dan mendapatkan data. Berdasarkan manfaat empiris, bahwa metode pengumpulan data kualitatif yang paling independen terhadap semua metode pengumpulan data dan teknik analisis data adalah metode wawancara mendalam, observasi partisipatif, dokumenter, serta metode-metode baru seperti metode bahan visual dan metode penelusuran bahan internet (Burhan,2007:110). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi komunikasi yang dilakukan oleh setidaknya dua orang, atas dasar ketersediaan dan dalam setting alamiah, di mana arah pembicaraan mengacu kepada tujuan yang telah ditetapkan dengan mengedepankan *trust* sebagai landasan utama dalam proses memahami (Haris,2013:31).

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden lebih mendalam (Sugiyono, 2019:304)

Dalam melakukan wawancara peneliti menggunakan metode wawancara mendalam. Secara umum wawancara mendalam adalah proses memperoleh

keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara (Burhan, 2007:111). Alasan peneliti ingin menggunakan wawancara mendalam dikarenakan ingin mengetahui pendapat serta pengetahuan informan terkait batik di era modern saat ini secara rinci dan bertemu langsung. Dengan memperhatikan keadaan Kota Malang sedang melakukan *physical distancing* dalam rangka menghindari penyebaran virus Covid-19 peneliti menginisiasi kegiatan wawancara dapat dilakukan melalui media *online* atau daring.

2. Observasi

Setelah selesai menggunakan metode wawancara, peneliti ingin mengetahui terkait kebenaran dalam pemaparan saat melakukan wawancara dengan melakukan observasi. Observasi adalah sebuah kegiatan yang terencana dan terfokus untuk melihat dan mencatat serangkaian perilaku ataupun jalannya sebuah sistem yang memiliki tujuan tertentu, serta mengungkapkan apa yang ada di balik munculnya perilaku dan landasan suatu sistem (Mills dalam Haris, 2013:131)

Observasi atau pengamatan adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan (Burhan, 2007:118). Senada dengan definisi tersebut Creswell (dalam Haris, 2013:130) menyatakan observasi sebagai sebuah proses penggalian data yang dilakukan langsung oleh peneliti sendiri (bukan oleh asisten peneliti atau oleh orang lain) dengan cara melakukan pengamatan mendetail terhadap manusia sebagai objek observasi dan lingkungannya dalam kancah riset.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah terjadi di masa lampau tetapi masih tersimpan sebagai jejak dalam berbagai bentuk, seperti tulisan dan gambar. Dokumen dalam bentuk tulisan contohnya seperti catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, dll. Dokumen dalam bentuk gambar biasanya berupa foto maupun sketsa.

Dokumentasi dapat dijadikan sebagai bukti nyata bahwa peneliti melakukan penelitian sesuai dengan etika yang sesuai dalam melakukan penelitian. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih kredibel atau dapat dipercaya apabila didukung oleh sejarah pribadi kehidupan. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis.(Sugiyono, 2019:315)

3.6. Teknik Analisis Data

Bogdan dan Biklen (dalam Lexy, 2012:248) mengatakan bahwa analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mengeksistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Bogdan (dalam Sugiyono, 2019:319) juga menyatakan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan Analisis data model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2019:321) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas analisis data dalam model Miles dan Huberman terdiri dari *data collection*/pengumpulan data, *data reduction*/reduksi data, *data display*/penyajian data, dan *conclusion drawing/verification*.

1. Data Collection (Pengumpulan Data)

Pada bagian awal peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya. Pada tahap ini peneliti akan mengumpulkan data sebanyak-banyaknya guna mendapatkan data yang banyak dan variatif.

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Ditahap kedua, peneliti akan mendapatkan data yang cukup banyak akan cenderung kompleks dan rumit. Dalam mereduksi data peneliti harus memilah dan mengumpulkan data yang sesuai dengan fokus bahasan penelitian. Dengan begitu gambaran penelitian akan lebih jelas, sehingga akan memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian di tahap selanjutnya.

3. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data selesai direduksi, maka selanjutnya adalah menyajikan data. Proses penyajian data dilakukan oleh peneliti bisa menggunakan berbagai macam bentuk seperti bentuk tabel, grafik, *pie chart*, dan lain sebagainya. Tujuan dari penyajian data ini adalah dapat memudahkan peneliti memahami sesuatu apa yang terjadi dan dapat melanjutkan rencana penelitian berdasarkan dari apa yang telah dipahami.

4. *Conclusion Drawing/Verification*

Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan tahap ke empat dari analisis data model Miles dan Huberman. Kesimpulan awal merupakan produk baru yang sebelumnya belum pernah ada. Kesimpulan dapat berbentuk deskripsi atau gambaran atas fenomena yang terjadi yang belum dapat dipastikan ke jelasannya sehingga setelah selesai dilakukan penelitian akan menghasilkan suatu kejelasan dan dapat memberikan kebermanfaatan.

3.7. Teknik Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif peneliti harus dapat menghasilkan kebenaran yang objektif. Oleh karena itu bagian keabsahan data sangat penting dalam proses penelitian. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data data yang dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya yang terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2010:119). Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) menurut versi

“postivisme” dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya sendiri (Lexy, 2012:321).

Dalam penelitian ini teknik keabsahan data yang akan digunakan penulis adalah teknik Triangulasi. Menurut William (dalam Sugiyono, 2010:125) *“Triangulation is qualitative cross-validation. It assesses the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data sources or multiple data collection procedures”*, dalam pengujian kredibilitas Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Teknik Triangulasi dibagi ke dalam tiga bagian, yaitu:

1. Triangulasi Sumber, bertujuan untuk menguji kredibilitas data dengan memeriksa data yang telah didapatkan melalui beberapa sumber.
2. Triangulasi Teknik, bertujuan menguji kredibilitas data dengan melakukan pemeriksaan data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
3. Triangulasi Waktu, bertujuan menguji kredibilitas data dengan memeriksa data dengan waktu yang berbeda dengan wawancara atau observasi yang dilakukan peneliti.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Batik merupakan suatu warisan bukan benda asli Indonesia (*Intangible Cultural Heritage*) yang sudah diakui oleh UNESCO sejak tahun 2009. Batik tersebar di Indonesia dari Sabang hingga Merauke. Batik di setiap daerahnya memiliki motif khas yang memiliki makna dan filosofi yang diangkat dari simbol dan nilai budaya daerah. Walaupun batik merupakan suatu budaya asli Indonesia, namun masih banyak terdapat generasi milenial yang belum memahami keistimewaan batik, terutama makna simbolik dan nilai filosofis yang terdapat di dalam motifnya. Dengan perkembangan zaman saat ini, peneliti memperhatikan bahwa tidak banyak generasi muda yang menggunakan batik di kegiatan sehari-hari. Hal ini tidak terlepas dari stigma generasi milenial bahwa batik merupakan pakaian yang hanya pantas digunakan pada kegiatan formal.

4.2. Deskripsi Karakteristik Informan

Data hasil penelitian diperoleh melalui teknik wawancara. Wawancara dilakukan terhadap enam individu dengan rentang usia generasi milenial mengikuti pada acuan buku profil generasi milenial yang menyebutkan generasi milenial lahir pada jangka waktu tahun 1980-2000 sebagai informan yang dianggap representatif terhadap permasalahan dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berikut merupakan data dari tujuh informan dalam penelitian ini.

1. Audia Ramadhanti, merupakan mahasiswa semester 8 pada jenjang S1 Program Studi Kewirausahaan Jurusan Manajemen Universitas Brawijaya. Audia merupakan seorang mahasiswi yang berasal dari Jakarta. Peneliti tertarik menjadikan Audia sebagai salah satu informan karena peneliti memperhatikan dalam berbagai kegiatan kuliah menemui Audia sering menggunakan pakaian Batik.

2. Rosatina Jannati Naima, merupakan mahasiswi semester 8 pada jenjang S1 Program Studi Ekonomi Pembangunan Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya. Rosa panggilan akrabnya, merupakan seorang mahasiswi yang berasal dari Kabupaten Mojokerto dan juga pernah aktif dalam organisasi baik di dalam kampus dan luar kampus. Peneliti tertarik melakukan wawancara dengan Rosa karena peneliti memperhatikan Rosa merupakan mahasiswa yang sering menggunakan pakaian Batik di lingkungan kampus maupun di luar lingkungan kampus. Jauh sebelum wawancara sempat dilaksanakan peneliti sempat berdiskusi sedikit mengenai kesukaan mahasiswa secara umum mau menggunakan batik. Hal tersebutlah menjadi salah satu pendorong juga peneliti tertarik melakukan wawancara dengan Rosa.

3. Dina Nur Syifa, merupakan seorang mahasiswi semester 4 pada jenjang S1 Program Studi Ekonomi Islam Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya. Dina merupakan mahasiswi yang berasal dari Depok Jawa Barat, dan alumni dari Pondok Gontor Putri. Dina merupakan seorang mahasiswi yang sangat aktif, hal tersebut dibuktikan dengan bergabungnya Dina pada organisasi di lingkungan kampus, luar kampus dan beberapa kali mengikuti ajang olimpiade nasional serta konferensi Internasional. Peneliti tertarik melakukan wawancara dengan Dina karena sering menemui Dina menggunakan *outfit* batik di area kampus serta beberapa kali dalam beberapa acara di luar kampus

4. Miftah Qismullah, merupakan seorang mahasiswa aktif semester 8 pada jenjang S1 Program Studi Ekonomi Islam Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya. Miftah merupakan mahasiswa yang berasal dari Nanggroe Aceh Darussalam. Peneliti tertarik melakukan wawancara kepada miftah, karena peneliti memperhatikan miftah sering menggunakan batik di hari Jum'at. Peneliti tertarik mengetahui hal yang membuat miftah selalu menggunakan batik di hari Jum'at.

5. M. Naufal Fais, merupakan seorang mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya. Fais merupakan mahasiswa yang aktif mengikuti lomba di bidang kepenulisan. Selain aktif

mengikuti berbagai perlombaan, Fais juga aktif dalam lembaga kepenulisan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

6. M. Cholil Firdaus M. merupakan mahasiswa semester 8 pada jenjang S1 Program Studi Ekonomi Pembangunan Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

7. Siti Nur Faidah, merupakan mahasiswa semester 4 pada jenjang S1 Jurusan Ilmu Ekonomi. Dalam penelitian ini Ida merupakan informan pendukung dimana dirinya merupakan anggota dari Badan Eksekutif Mahasiswa FEB UB, yang menjadi penanggung jawab gerakan FEB Berbatik.

4.3.Deskripsi Hasil Penelitian

Data dari hasil penelitian ini didapat oleh peneliti melalui pengamatan dan wawancara yang mendalam pada kurun waktu bulan April 2020, dimana seluruh informan yang melakukan wawancara merupakan mahasiswa aktif S1 Universitas Brawijaya.

4.1.1. Pengetahuan Milenial Tentang Batik

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap informan terkait pengetahuan apa saja yang mereka ketahui tentang batik, diperoleh hasil yang hampir sama antara jawaban informan satu dengan jawaban informan lainnya.

Kesamaan jawaban antar informan satu dengan informan lainnya terlihat pada jawaban yang dipaparkan oleh informan ketika peneliti menanyakan terkait pengetahuan apa yang diketahui oleh informan tentang batik. Informan satu (I1) menjelaskan pengetahuan apa saja yang diketahui tentang batik sebagai berikut :

“Setau aku batik itu sebuah warisan budaya ya, kain motif. Kain yang bermotif namun punya ciri khas tersendiri gitu disetiap daerahnya, dan ciri khas budaya ini itu jadi warisan di Indonesia sendiri. Sebenarnya kita harus bangga dong sama warisan, warisan hasil karya anak bangsa sampai-sampai kan ada tuh yang nge klaim tentang batik. Berarti emang sangking cakepnya nih motif batik, ee ide tentang batik sama juga gimana membatik

itu juga kan berarti juga memotivasi banyak orang makanya sampe di klaim oleh negara lain.. that's why. Itu yang aku tau tentang batik.”

Senada dengan jawaban I1, informan dua (I2) memaparkan bahwa yang ia ketahui batik merupakan kain warisan asli budaya Indonesia dengan tambahan pemaparan yang ia ketahui pemberitaan tentang batik. Hal tersebut disampaikan sebagai berikut :

“Mmm...batik itu..ee..apaya semacam pakaian khas.. emm bukan pakaian si lebih tepatnya kaya kain gitu, motif motif kain khas yang ada di indonesia gitu yang memang berasal dari indonesia..”

“Salah satu budaya juga kan soalnya..gitu..”

“Emm.. batik itu kalo gasalah pernah baca baca ya .. Itu semacam sempat terjadi kontroversial juga kan..kontroversi gitu sama Malaysia kalo gasalah... saling mmm apa namanya mengeklaim.. ee atas dasar hak kepemilikan siapa yang memiliki budaya batik... Indonesia atau Malaysia gitu... tapi menurut referensi yang saya baca.. sebenarnya memang dari dua negara ini memiliki ee... apa namanya... budaya batiknya masing-masing gitu, jadi ngga bisa..jadi emang ini mungkin lebih kepada emang di dataran dataran melayu ini mungkin merupakan kain khasnya gitu ya, budaya mereka gitu..”

Tidak berbeda jauh dengan jawaban I1 dan I2, informan tiga (I3) juga memaparkan bahwa batik merupakan warisan budaya asli Indonesia, dengan pemaparan sebagai berikut:

“Oh iya..iyaa jadi yang aku tau dari batik itu... batik merupakan salah satu budaya warisan..budaya jawa...pakaian batik biasanya dulu...digunakan oleh para bangsawan... beberapa motif yang digunakan itu salah satunya parang...jadi motif parang ini setauku...semakin tebal parang itu maka menunjukkan semakin tinggi pula derajat dia di masyarakat...saat ini batik udah jadi pakaian untuk semua kalangan...cuman... batik biasanya digunakan di beberapa acara formal tapi nggak menutup kemungkinan juga batik digunakan untuk berpergian santai... udah...”

Mayoritas pemaparan jawaban dari informan, menjelaskan bahwa hal-hal yang mereka ketahui mengenai batik merupakan kain yang memiliki motif sebagai budaya yang asli berasal dari Indonesia. Selain pengetahuan mengenai batik yang merupakan budaya asli Indonesia,

beberapa informan memahami keberadaan batik yang sempat menjadi polemik terkait klaim kepemilikan budaya.

4.1.2. Jumlah Pakaian Batik Yang Dimiliki

Jumlah pakaian batik yang dimiliki oleh informan bisa menjadi salah satu cerminan bahwa batik termasuk dalam kebutuhan sandang yang utama dalam generasi milenial. Peneliti mewawancarai informan berjumlah 6 orang dimana terbagi menjadi 2 berdasarkan jenis kelamin. Peneliti memiliki 3 informan perempuan dan 3 informan laki-laki. Kebutuhan perempuan dan laki-laki dalam hal sandang tentu juga berbeda sehingga berpengaruh pada perbedaan jumlah batik yang dimiliki antara individu perempuan dan individu laki-laki. Ketika peneliti menanyakan berapa jumlah pakaian batik yang dimiliki oleh informan, jawaban informan perempuan sebagai berikut :

I1 menjawab

“Aku punya baju batik itu untuk atasan itu baju biasa.. ituu kalo celana aku punya satu kalo rok aku punya 2 eh 3”

I4 menjawab

“Batik.. emm aku selama di malang itu ada bawahan batik ada 3, sama atasannya itu aku ada 4”

Informan lima (I5)

“Ke malang ini ada outernya 3 4 baju batiknya 1 kemeja 4 5 6 7, 8 deh keknyaa.. 8 jenis outfit batik...”

Berikut merupakan jawaban dari informan berjenis kelamin laki-laki yaitu:

I3 menjawab

“4,5 lah...”

I2 menjawab

“Antara 4 atau 5 gitu...”

I6 menjawab

“Batikku itu 3 kalo gasalah”

“Kemejaa..kemeja lengan panjang..”

Berdasarkan hasil pemaparan tersebut, dapat diketahui apabila perbedaan jenis kelamin mempengaruhi jumlah kebutuhan sandang khususnya pakaian batik. Hal ini tentu pengaruh dari *style* berpakaian perempuan yang cenderung lebih beragam dibandingkan dengan pakaian laki-laki yang menyebabkan informan perempuan memiliki baju batik lebih banyak dibanding dengan informan laki-laki. Hal tersebut dapat diketahui dari jawaban informan yang menanyakan model pakaian batik apa yang mereka miliki. I1 menjawab,

“Aku punya baju batik itu untuk atasan itu baju biasa.. ituu kalo celana aku punya satu kalo rok aku punya 2 eh 3”

“Yang sering banget aku pakai... outer”

Tidak berbeda jauh dengan I1, I5 juga menjelaskan secara tidak langsung memiliki beberapa jenis pakaian dengan motif batik I5 menjawab :

“Ke malang ini ada outernya 3 4 baju batiknya 1 kemeja 4 5 6 7, 8 deh kayaknyaa, 8 jenis outfit batik...”

“Karena biasanya kan kalo aku udah keluar rumah pasti baju aku ee biasanya resmi gitu...mksdnya kaya kemeja, atau pake outer gitu...kecuali kalo misalnya..kalo keluar yang deket2 gitu kan biasanya cuma pake sweater gitu gitu”

Informan empat (I4) juga menjelaskan bentuk pakaian batik yang ia miliki dan sukai

“Batik.. emm aku selama di malang itu ada bawahan batik ada 3, sama atasannya itu aku ada 4”

“Oiya , kalo aku tu sukanya pake batik tu yang lengan panjang cuman kalo cewe itu kebanyakan yang lengannya 3/4 yah..”

“Nah jadi kalo ada, batik yang lengan panjang tu aku suka..sama dia itu gayanya itu ee engga apa namanyaa kebawahnya itu agak ngembang gitu..”

Berbeda dengan informan perempuan yang memiliki lebih banyak pakaian batik dengan beragam modelnya. Hampir seluruh Informan laki-laki menjawab hanya memiliki pakaian batik jenis kemeja. Hal tersebut sesuai dengan jawaban yang di paparkan oleh informan, sebagai berikut :

I2 menjawab

“aku punya kaos satu..kaos batik”

“Terus... kalo misalkan kemeja batik itu... ada kayanya empat deh.”

Senada dengan I2, I3 dan I6 juga hanya memiliki batik jenis pakaian kemeja dengan jawaban sebagai berikut :

I3 menjawab

“Baju semua....kemeja....”

I6 menjawab

“Batikku tu 3 kalo gasalah”

Lebih lanjut peneliti menanyakan model dari batik yang dimiliki oleh I6 apa saja, I6 mengatakan bahwa pakaian batik yang dimiliki adalah model kemeja.

“Kemejaa..kemeja lengan panjang..”

“Iyaa, 3 kemeja semua..”

4.1.3. Intensitas Menggunakan Batik

Dalam proses terjadinya motivasi, perilaku merupakan bagian aktivitas yang dilakukan oleh individu dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan. Selanjutnya perilaku dapat diamati dalam bentuk pengambilan

keputusan. Pengambilan keputusan dalam menggunakan batik dapat menjelaskan sebagaimana pakaian batik dapat menjadi suatu kebutuhan yang mendorong pengambilan keputusan untuk informan ingin menggunakan pakaian batik. Berikut merupakan jawaban dari informan ketika peneliti menanyakan kapan dan seberapa sering menggunakan batik.

I1 menjawab :

“Ehm, satu minggu ada kali satu kali aku pakek”

“ paling engga seminggu sekali ada..”

I2 menjawab:

“Biasanya itu kalo misal di kampus itu hari Jum’at sih biasanya aku pake batik..”

Lebih lanjut, peneliti menanyakan kepada informan B, mengapa memilih menggunakan pakaian batik di hari Jum’at. informan B kemudian menjawab dengan pemaparan sebagai berikut

“Ee... yang pertama itu... sebenarnya ngga nentu siih.. kadang kadang juga pernah di hari hari lain gitu...nah kalo hari jumat itu dulu kan kebetulan di BEM itu emang ada gerakan hari jumat itu FEB berbatik itu kan...yang pertama itu sekaligus promotori temen temen yang ada di FEB untuk menggunakan batik...terus yang kedua memang...saya gatau mungkin ini emang kultur yaa.. ketika kita masuk ke dalam hari jumat itu semacam hari yang sakral gitu... salah satu hari yang sakral...bagi.. mungkin kultur ya... salah satu hari yang di eee ya memang udah menjadi ciri khasnya gitu untuk menggunakan batik jadi kami selaku...yaa mahasiswa dan juga BEM waktu itu BEM setiap hari jumat memang rutin menggunakan batik gitu...”

“Iyah..tapi eee terlepas dari pada anjuran itu saya memang eee apa memang kepingin tetap menggunakan batik dalam seminggu sekali pasti saya ada menggunakan batik untuk ke kampus..”

I3 menjawab :

“Eee... pastinya itu waktu...hehe ngga onok baju kemeja biasa...”
(Pastinya itu ketika tidak ada baju kemeja biasa)

“Cuman yang pasti tak pakai itu waktu acara acara formal...lombaa... atau lagi keluar kota... terus lagi mengunjungi sodara sodara sing tua-tua ...sama beberapa kali untuk kuliah...”
(Hanya yang pasti aku pakai itu waktu acara-acara formal,lomba, atau lagi keluar kota. Terus sedang mengunjungi saudara-saudara yang tua-tua sama beberapa kali untuk kuliah.)

Peneliti lebih lanjut menanyakan, seberapa sering I3 menggunakan pakaian batik di acara formal, jawaban I3 :

“Sering...hampir selalu koyo e...lek untuk formal”
(Sering, hampir selalu sepertinya kalau untuk acara formal)

Untuk memperjelas kembali, peneliti menanyakan kepada informan seberapa sering menggunakan pakaian batik apabila pada kondisi non formal kemudian I3 menjawab

“Non formal kan kuliah mi yaa termasuk sering soale, eee lek dari aku pribadi memakai pakaian batik itu meningkatkan ..opo yoo.. lebih terkesan rapi lah...”
(Non formal kan kuliah ya mi ya, termasuk sering karena kalau dari aku pribadi memakai pakaian batik itu meningkatkan apa ya..lebih terkesan rapi begitu)

“Cuma kuliah kok mii...ngga ada yang lain...”

I4 menjawab

“sering banget rutin seminggu sekali...”

Lebih lanjut informan menanyakan apakah menggunakan batik hanya dipakai saat pergi ke kampus saja, kemudian I4 menjawab

“Sejauh ini iya..”

“iya tapi kalo misalnya ada acara diluar yang... ee formal atau ada dresscode batik aku pake batik.”

Selanjutnya hampir senada dengan pemaparan I2, I3 menjelaskan bahwa dirinya sering menggunakan batik di lingkungan kampus karena ada nya *culture* pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya untuk menggunakan batik setiap hari jum'at. I3 memaparkan jawabannya sebagai berikut :

“Ee..kalo karena itu biasanya ke kampus yaa biasanya dari ee dalam seminggu itu kalo yang untuk ke kampus nya bisa seminggu 2 kali atau 3 kali karena.. hari jumat itu sering kan, kalo misalnya di kampus aku ada FEB berbatik eee.. fakultas ekonomi dan bisnis berbatik jadi eee ga diwajibkan sih sebenarnya tapi cuma karena aku suka batik jadi aku pake setiap hari jumat gitu... terus sama kalo misalkan lagi hari hari biasa kalo aku lagi pengen pake ya aku pake...gitu.. sama sebenarnya kalo dirumah aku sering pake daster dan dasterku itu semuanya batik semuanya motifnya..”

Tidak jauh berbeda dengan pemaparan I3 sebelumnya, I6 juga memberikan jawaban yang hampir sama yaitu menggunakan batik minimal seminggu sekali khususnya di hari jum'at.

I6 menjawab :

“Sholat jum'at, terus kaya acara acara kaya nikahan temen mungkin, acara acara formal kaya gitu...jadi biar kelihatan formal lah...”

“Kampus...paling jarang-jarang seminggu sekali kalo hari jumat, karena ini ya ada ajakan untuk apa..pake batik bareng gitu hari jumat biasanya...diadain sama BEM fakultas”

Adanya anjuran menggunakan batik dalam lingkungan kampus khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis memang benar, hal ini dapat di buktikan dengan adanya postingan melalui akun media sosial instagram Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) FEB UB dalam rangka mengajak mahasiswa untuk menggunakan batik di hari Jum'at. Berikut merupakan beberapa postingan dari instagram BEM FEB UB dalam rangka mengajak mahasiswa-mahasiswa untuk menggunakan batik di hari Jum'at. Lebih lanjut peneliti mewawancarai salah satu penanggung jawab dari kegiatan FEB Berbatik tersebut.

Yang bersangkutan adalah Departemen Pemuda dan Olah Raga (PORA), merupakan departemen yang bernaung di bawah BEM FEB UB yang bertanggung jawab terhadap gerakan FEB Berbatik. FEB Berbatik merupakan gerakan yang dilaksanakan oleh BEM FEB UB dalam rangka turut melestarikan warisan budaya Indonesia, sesuai dengan pemaparan Ida dalam wawancara:

“FEB berbatik itu reminder kepada KM FEB buat memakai baju batik di Hari Jumat. Jadi kita itu tugasnya ngingetin kepada mahasiswa FEB bahwa setiap hari jum’at itu waktunya kita pakai batik, kita melestarikan budaya bangsa. Dengan cara misalnya kaya konten-konten kaya konten inspiratif misal kaya eee... difabel buat batik yang spektakuler gitu.. terus difabel aja bisa buat batik gitu loh apalagi kita yang udah sempurna, tapi kita nggak pakai batik kan, batik kan juga warisan budaya kan. Sebagai warisan budaya kita dianjurkan untuk melestarikan, nah jadi kita pakai batik gitu...”

Lebih lanjut Ida menjelaskan latar belakang adanya gerakan FEB Berbatik, karena masih rendahnya minat mahasiswa FEB dalam menggunakan pakaian Batik di lingkungan kampus, Ida menjelaskan :

“FEB berbatik itu, kita angkatnya karena kesadaran mahasiswa sendiri masih kurang terhadap batik. Jadi kita reminder nya kita buat, sebagai pengingat kepada mahasiswa biar mahasiswa “ayolah” ajakan untuk berbatik ayo semuanya pakai batik, sebagai ajakan...”



Gambar 17. Mahasiswa FEB Menggunakan Batik
Sumber : Dokumentasi Informan (diolah peneliti, 2020)



Gambar 18. Mahasiswa FEB Menggunakan Batik
Sumber : Dokumentasi Informan (diolah peneliti, 2020)

Dari pengamatan peneliti, ajakan-ajakan yang telah dilakukan oleh Departemen PORA memiliki pengaruh pada mahasiswa-mahasiswa FEB dengan menggunakan Batik setiap hari Jum'at. Selain itu melalui media sosial Departemen PORA menunjukkan beberapa potret mahasiswa yang menggunakan batik dengan tujuan agar semakin banyaknya mahasiswa untuk gemar menggunakan minimal seminggu sekali. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan unggahan foto yang di unggah pada media sosial BEM FEB UB.



Gambar 19. Remider Jum'at Berbatik
Sumber: (diolah peneliti, 2020)



Gambar 20. Remider Jum'at Berbatik
Sumber: (diolah peneliti, 2020)

4.1.4. Motif Menggunakan Batik

Menurut Loudon dan Bitu (dalam Tatik,2013:25) mengklasifikasikan motif mulai dari yang polanya sederhana hingga yang komprehensif. Pada pola yang sederhana motif dapat di klasifikasikan ke dalam 3 jenis, yaitu :

1. Motif Fisiologis dan Psikogenik
2. Motif disadari dan tidak disadari
3. Motif Positif dan motif Negatif

Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui apa unsur yang mendorong generasi milenial memilih menggunakan batik. Berikut merupakan jawaban informan ketika peneliti bertanya apa yang membuat dirinya terdorong untuk mau menggunakan batik.

I1 menjelaskan,

“Yang pertama aku suka bgt sama motifnya, motifnya itu sesuai dengan model *outfit* yang mau aku gunakan gitu..”

“Yang pertama tu untuk menarik perhatian tu di motif si sebenarnya.. heem.. karena kalo motifnya udah cakep trus juga andai nih..penggunaannya itu sesuai dengan apa yang kita mau itu makin cakep gitu loh.. jadi ee variabel yang pertama yang paling penting itu di motif karena kalo apalagi masih muda yaa, masih generasi milenial ya kita itu pasti memperhatikan penampilan bgt gitu loh.. visual banget.. nah karena kita menampilkan visual motif adalah hal utama karena paling eye catching...gitu..”

Selanjutnya I2 menjawab bahwa salah satu unsur pendorong dirinya mau menggunakan batik karena adanya rasa tanggung jawab dalam pelestarian budaya khususnya batik, selain karena adanya bentuk *responsibility* terhadap negaranya dirinya juga memiliki tanggung jawab di lingkungan kampus karena ia merupakan mahasiswa yang aktif pada Badan Eksekutif Mahasiswa FEB UB.

I2 menjawab :

“Tujuannya itu sebenarnya yang pertama itu untuk nunjukin juga gitu kalo misalkan.. ee...batik ini itu bukan pakaian untuk orang tua aja.. gitu loh.. anak muda pake batik itu juga masih masuk dan masih bisa dikatakan *stylish* walaupun saya ngga terlalu *stylish* sebenarnya..gitu.. cumanyaa...ngga ..ngga kolot gitu... sebenarnya ngga kolot kalo pake batik ... memang stigma orang-orang itu berbagai macam ya.. ada yang misalkan ketika kita pake batik masih ada yang nganggap mau ke kondangan ... segala macam gitu...nah... sebenarnya..dengan kita menggunakan itu ke kampus.. pelan pelan pasti bakal stigma stigma... negatif kaya gitu bakal berubah...dan itu yang pengen kita *campaign* kemaren waktu kita di BEM bahwa sebenarnya dengan batik ini kita tetap bisa keren sebagai mahasiswa..gitu.. gitu sih jadi kemaren yang pertama karena selain *campaign* kaya gitu kita ngajak juga si temann-teman FEB khususnya untuk ee.. pake batik gitu...dan sebelum nya...saya juga udah di BEM beberapa tahun gitu.. dan mengamati laah..berbagai macam BEM yang ada di Brawijaya kebetulan gerakan ini lumayan emm...ber-*campaign* juga gitu ke beberapa fakultas lain...dan mulai diterapkan juga oleh beberapa BEM fakultas lain yang imbasnya juga masuk ke dalam fakultas fakultas mereka... gitu gitu sih sebenarnya tujuannya..”

Melalui pengamatan yang dilakukan peneliti, peneliti sering menemui informan 2 menggunakan pakaian batik di kampus. Selain di hari Jum'at I2 juga sering menggunakan batik pada kegiatan organisasinya. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan beberapa foto informan menggunakan pakaian batik di kampus.



Gambar 21. Informan Menggunakan Pakaian Batik
Sumber: Dokumentasi Informan (diolah peneliti, 2020)



Gambar 22. Informan Menggunakan Pakaian Batik
Sumber: Dokumentasi Informan (diolah peneliti, 2020)

Senada dengan pemaparan I2, I4 merasa terdorong untuk menggunakan batik karena adanya suatu anjuran menggunakan batik, hal tersebut dijelaskan pada jawaban I4 sebagai berikut :

“Eee sebenarnya awalnya kan emang apaya aku tu pernah denger-denger berita dari pemerintah kalo ada anjuran pake baju batik tiap hari apaya kamis apa ya kalo ga salah”

“Nah kebetulan itu di FEB nya itu sama BEM itu kan ada gerakan FEB berbatik.. nah jadi aku sekalian ikutan pake batik itu tiap hari jumat FEB berbatik”

“Ya karena emang suka aja sih pake batik trus kan kalo misal di hari hari biasa pake batik sendiri keliatannya kaya agak aneh gitu”

“Nah itu kan karena kebetulan emang suka pake batik trus juga ada anjurannya ya jadi kan rame-rame sama orang-orang pake batik semua..”

Berbeda dengan pemaparan I2 dan I4, I3 menganggap bahwa menggunakan batik merupakan salah satu pembawaan diri, dimana ketika seseorang menggunakan batik akan menunjukkan bahwa dirinya merupakan orang yang tetap berpegang pada nilai budaya yang diyakini. Selain itu karena suatu tradisi yang membuat dirinya menganggap bahwa batik merupakan baju terbaik. Hal tersebut dijelaskan pada pemaparan jawaban I3, sebagai berikut :

“Ooh..mau pakai batik...Soale dari aku pribadi itu batik mencerminkan derajat orang, eh lek aku pribadi mik..mandang orang yang pake batik itu selain dia bangga budaya..ee...orang itu juga menganut ee...opo yoo...nilai nilai...opo..formal tapi sing masi dalam tradisi ngono loh...”

(oh, mau menggunakan batik.Karena dari aku pribadi itu batik mencerminkan derajat orang, eh itu kalau aku pribadi mi.. melihat orang menggunakan batik itu selain dia bangga budanyanya orang itu juga menganut apa ya.. nilai-nilai...yang bagaimana ya.. formal tapi masih dalam tradisi begitu..)

“Tradisi...”

“Soale mbah mbah ku iku kalo ada tamu itu pake batik..trus solat sekalipun ngga pake baju koko minimal baju batik an..dadi batik iku termasuk pakaian terbaiklah...”

(Karena kakek-kakekku itu apabila ada tamu itu memakai batik, kemudian sholat sekalipun tidak memakai baju koko minimal menggunakan baju batik, jadi batik itu termasuk pakaian terbaik..)

Tidak jauh berbeda dengan pemaparan I1, I5 memilih menggunakan batik karena dirinya menyukai ornamen kain yang otentik. Berikut jawaban dari I5 :

“Aku... karena aku suka sendiri aja.. trus kaya itu sih kaya otentik indonesia banget gitu...”

Kemudian peneliti bertanya kembali, apakah alasan menggunakan batik juga menjadi misi sebagai pelestarian budaya, informan membenarkan pertanyaan tersebut dan menjawab bahwa hal tersebut dilakukan dengan cara tersirat.

“Iyasih kaya tersirat gitu sebenarnya...”

Terakhir, senada dengan pemaparan I2 dan I4, I6 mengaku memilih menggunakan batik sebagai lahan untuk dirinya bisa melestarikan budaya Indonesia dan dengan adanya anjuran dari fakultas I6 memilih menggunakan batik setiap hari Jum’at, berikut jawaban I6 :

“Yaa.. batik bagus karena batik itu bagus terus nyaman aja kalo di pake, terus bisa melestarikan budaya Indonesia, seperti itu...”

“Kampus...paling jarang-jarang seminggu sekali kalo hari Jum’at, karena ini ya ada ajakan untuk apa..pake batik bareng gitu hari jumat biasanya...diadain sama BEM fakultas”

4.1.5. Menumbuhkan Motivasi Menggunakan Batik

Belum dikenalnya sejarah, nilai dan filosofi yang terkandung di dalam batik merupakan salah satu penyebab rendahnya minat generasi milenial dalam menggunakan batik. Dalam rangka menumbuhkan minat generasi milenial khususnya untuk menggunakan batik merupakan sebuah PR tersendiri bagi generasi muda di Indonesia. Mendukung batik sebagai identitas kultural Bangsa Indonesia sudah menjadi kewajiban bagi generasi mudanya untuk mempertahankan dan melestarikan budaya tersebut. Banyak cara yang bisa

dilakukan untuk mendorong generasi milenial berminat menggunakan batik dengan cara sebagai berikut :

1. Membentuk Lingkungan,

I3 menjelaskan :

“Oh..sebenere...sesuatu yang menurut pribadiku subjektif cara terlihat keren itu ee... lek ee orang mandang saat seseorang itu bergerombol..jadi ini ndek bisnis pisan se... kadang kadang kita itu...perlu ee.. saingan atau orang orang yang sama terhadap taste kita agar kita kelihatan keren.. contoh e...opo o kok kopi sing ndek warung2 sing dewean iku sulit terlihat berkembang daripada sing nde pujasera karena saat kita liat pujasera akan banyak pilihan.. podo koyo ndelok ee orang pake batik lek sing pake batik itu cuma satu dua bakalan terlihat biasa ae, cuma lek lihat banyak orang pake batik pada akhirnya akan ada pilihan nde kono... batik opo sing apik...koyo.. yoo memang perlu..batik e itu memang diperlukan untuk memperlihatkan bahwa batik iku tetep bisa eksis dan bagus ...”

(Oh sebenarnya sesuatu yang menurut pribadiku subjektif cara terlihat kerean itu apabila orang memandang saat seseorang itu bergerombol, jadi ini di bisnis juga. Kadang-kadang kita itu perlu bersaing atau orang-orang yang sama memiliki selera dengan kita agar kita terlihat keren. Contohnya kenapa ya kopi yang di warung-warung yang sendirian itu sulit terlihat berkembang dari pada yang di pujasera karena saat kita melihat pujasera akan banyak pilihan. Sama seperti melihat orang menggunakan batik apabila yang menggunakan batik itu hanya satu dua akan terlihat biasa saja, hanya kalau melihat banyak orang menggunakan batik pada akhirnya akan ada pilihan disitu. Batik apa yang bagus, seperti apa. Batik itu memang diperlukan untuk memperlihatkan bahwa bisa eksis dan bagus)

Lebih lanjut, peneliti bertanya kepada I3, apakah perlu dibuatnya aturan untuk mewajibkan menggunakan batik di hari tertentu. Berikut merupakan jawaban I3 :

“Eee..emmm kalo menurutku engga soale ketika kita menganut negarademokrasi itu ada kebebasan, dalam menyampaikan pendapat kebebasan... termasuk berpakaian iku ngga bisa diatur oleh pemerintah karena pasti alasane pakaian ngga menentukan apapun output apapun...terhadap produktivitas atau apapun... cuman kan yang perlu ditekankan kan kesadaran memakai batik nah itu yang sulit didapat oleh orang2 pada akhirnya kalo

menurutku bagaimana batik itu di modifikasi agar sesuai dengan zaman sekalipun budaya2 seperti gamelan angklung..kalo gaono modernisasi terkait nada atau gaya maineee pasti orang2 juga akan bosan hal yang modern sekalipun koyo semisal rambut mohawk opo sepatu cat lek nggada pembaharuan kedepan e terkait motif atau fungsi atau lainnya semua juga akan terhapus oleh zaman... jadi yoo mau ga mauu budaya itu tersebut yang harus menyesuaikan bukan kita yang menyesuaikan”

(Kalau menurutku tidak, karena ketika kita menganut negara demokrasi itu ada kebebasan, dalam menyampaikan pendapat kebebasan termasuk berpakaian itu tidak bisa diatur oleh pemerintah karena pasti alasannya pakaian tidak menentukan apapun, *output* apapun terhadap produktivitas atau apapun. Hanya saja yang perlu ditekankan adalah kesadaran memakai batik, itu yang sulit di dapat oleh orang-orang. Pada akhirnya kalau menurutku bagaimana batik itu dimodifikasi agar sesuai dengan zaman sekalipun budaya-budaya seperti gamelan, angklung. Apabila tidak ada modernisasi terkait nada atau gaya bermainnya pasti orang-orang juga akan bosan, hal yang modern sekalipun seperti misalnya rambut mohawk atau sepatu cat apabila tidak ada pembaharuan kedepannya terkait motif atau fungsi atau lainnya semua juga akan terhapus oleh zaman. Jadi ya mau tidak mau budaya tersebut yang harus menyesuaikan, bukan kita yang menyesuaikan.)

Selanjutnya hampir senada dengan jawaban I3, I6 menjawab dari sisi model dari baju batik.

“Cara menumbuhkannya ya ini dengan mungkin dengan batik batik sekarang ngikutin model anak sekarang gitu...”

“Corak2 yang ngga terlalu gede, corak corak nyaa..yaa enaklah di pandang gitu.. simpel-simpel biasanya anak muda sukanya kan...”

“Deskripsi enak dipandang itu yaa corak coraknya ngga terlalu gede, jadi minimalis minimalis gitu..trus warnanya ngga terlalu terang gitu...”

Kemudian peneliti menanyakan, apakah media sosial memiliki peranan dalam menumbuhkan motivasi milenial menggunakan batik.

I3 menjawab :

“Media sosial memiliki peran yang amat besar sih terhadap anak muda tuh, jadi anak anak muda itu suka *scroll-scroll* twitter lah *scroll-scroll* instagram dan lain sebagainya ituu, jadi berpengaruh sih pasti mereka “oh salah satu

akun ini, salah satu selebgram ini gunain pake batik ini, keren ya pada pake batik semuanya..ngikutin orang gitu..”

2. Memasukkan ke ruang-ruang kegiatan mahasiswa



Gambar 23. FEB Berbatik Challenge
Sumber : (diolah peneliti, 2020)

Beberapa informan menjelaskan bahwa memasukkan pada ruang-ruang kegiatan mahasiswa bisa menjadi salah satu cara bagaimana menumbuhkan motivasi generasi milenial mau menggunakan batik. Berikut pemaparan I5 dan I2 :

I5 menjawab

“Menurut aku sih sebenarnya...bisa dimasukkan ke ruang-ruang seperti itu tapi...orang tuu terkesan orang tu sebenarnya kadang belum mengerti...”

“Apa yaa... batik itu tu...dan dengan memakainya itu cuman kaya oiya nih hari jumat, pake batik gitu... tapi kan kalo misalkan kita liat lagi ada batik yang emang apa ya...sesuai dengan milenial gitu... “

“Jadi orang suka ngikutinnya, jadi orang ngeliatnya kaya oh ini nih bisa untuk dijadiin role model gitu untuk eee outfit aku gitu... cuman kan sekarang orang rata rata kan cuma pake yang ada yaudah gitu...jarang orang yang kaya oh ini nih.. batik yang ini nih... bagus tau...kaya apa ya.. jadi kaya untuk eee mungkin cuma sekedar”

“Eee... ada bukan perintah apa ya.. kaya himbauan untuk memakai batik di hari jumat cuma belum ada kaya pemberitahuan atau pencerdasan terkait kaya eeee... oini batik ini itu sekarang lagi hits... ooo sekarang batik ini tu sekarang sering di pake oleh misalnya orang orang penting gitu...jadi...orang ya yaudah sama batik semua batik itu sama aja gitu... kurang ada value nya gitu...”

Sesuai dengan pemaparan I5, dalam beberapa kali peneliti menemui I5 menggunakan batik pada kegiatan yang ada di lingkungan kampus, selain adanya anjuran di hari Jum'at, I5 juga menggunakan batik di hari lainnya hal tersebut dapat ditunjukkan melalui beberapa dokumentasi informan.



Gambar 24. Informan Menggunakan Batik Saat Kegiatan Kemahasiswaan di Kampus
Sumber: Dokumentasi Informan (diolah peneliti, 2020)



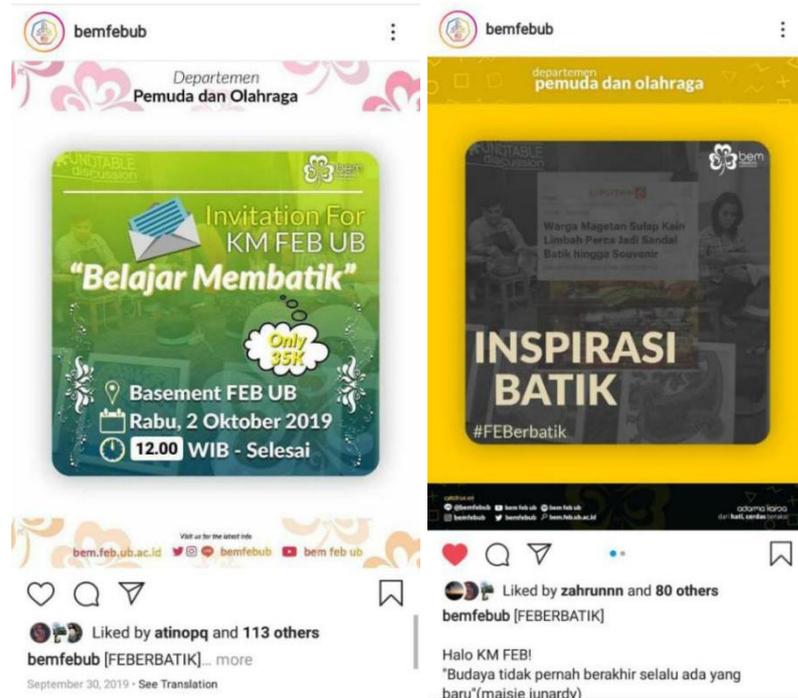
Gambar 25. Informan Menggunakan Batik Saat Rapat Besar Organisasi
Sumber: Dokumentasi Informan (diolah peneliti, 2020)

Senada dengan jawaban I5, I2 juga menjelaskan :

“Penting, penting banget kalo itu tuh jadi sekalian kita mengaktualisasikan diri kita secara keorganisasian kita juga harus eee.. menyisipkan terkait kultur terkait budaya kita...supaya anak anak muda sekrang yang bergerak aktif itu juga tidak melupakan bagaimana.. apa namanya.. unsur2 budaya yang dimiliki....gitu loh..”

“Karena kan pada umumnya anak anak BEM atau anak anak organisasi itu biasanya menjadi *role model* dilingkungan sekitarnya gitu kan..”

“Nah ketika dia menggunakan batik dalam kesehariannya bakal jadi hal yang diamati juga gitu bagi lingkungan sekitar begitu...itu sih mbaa..”



Gambar 26. Infografis Batik
Sumber : (diolah peneliti, 2020)

3. Inovasi Produk

Menurut I1, inovasi produk merupakan salah satu pendorong munculnya minat generasi milenial menggunakan batik. Menurutnya pakaian batik tidak saja hanya digunakan pada kegiatan formal saja, tapi perlu adanya inovasi produk batik yang bisa digunakan pada situasi tidak formal.

I1 menjelaskan :

“... Minat batik itu ada... masyarakat itu pasti juga mau gitu lo untuk menggunakan atau memakai warisan nilai dari budaya . kita juga tentunya pasti bangga dong dengan batik tetapi jangan lupa juga untuk ricek kondisi pasar, target pasar yang kaya gimana , mungkin target pasar bagi orang orang tua ada tapi kan sekarang para milenial dan para generasi baru mulai datang mungkin mulai di.. dijamah atau dirubah ranahnya ke temen-temen anak anak muda karena anak anak muda juga kan berpengaruh gitu lo..apalagi anak anak muda jaman sekarang banyak. Jangan sampai anggapan orang pakai baju batik itu untuk acara formal aja..jangan... kan kita juga sering bgt acara informal kaya main, nongkrong, hal hal kaya gitu tuh juga malah eee... membuat kesan yang bagus gitu di batik..mungkin seperti itu...”

Beberapa contoh mengenai inovasi produk yang dapat dilakukan, agar batik tidak terkesan monoton yaitu dengan menggabungkan motif batik dengan motif-motif yang kekinian di generasi milenial seperti garis-garis atau perpaduan dengan motif batik lainnya.



Gambar 27. Paduan motif Batik dengan motif polos
Sumber : (diolah peneliti, 2020)

4.4.Diskusi Temuan

Berdasarkan deskripsi yang telah peneliti sajikan di atas ada beberapa hal yang dapat diperhatikan terkait dengan fenomena batik di kalangan milenial, setidaknya dari yang disampaikan oleh informan-informan penelitian ini.

1. Pengetahuan generasi milenial terutama hanya berkutat pada batik sebagai budaya asli Indonesia. Terkait dengan pengetahuan ini terutama dipicu oleh polemik yang pernah muncul atas klaim asal muasal kain batik antara Indonesia dan Malaysia. Lebih dari itu generasi milenial kurang mengetahui banyak makna serta filosofi yang terkandung di dalam motif batik. Tentunya kekurangdalaman pengetahuan ini dapat mengakibatkan kurangnya minat mereka terhadap batik. Iwet Ramadhan, seorang desainer dan pelestari batik, dalam artikel yang diterbitkan oleh Akurat.co (2018)⁹ menyebutkan bahwa penyebab anak muda

⁹ <https://akurat.co/gayahidup/id-338347-read-ini-penyebab-batik-kurang-diminati-anak-muda>

tidak minat terhadap batik karena tidak terdapat kesan “wah” atau membanggakan ketika anak muda menggunakan batik. Selain itu dari sudut pandang harga, batik dirasa memiliki harga yang mahal sehingga tidak cukup menarik untuk kalangan anak muda. Kedua, Iwet menyebutkan penyebab kurangnya minat anak muda terhadap batik karena terdapat kesan kuno yang melekat pada kain batik. Kalangan muda merasa dengan motif dan makna batik tidak sesuai lagi dengan perkembangan zaman, padahal apabila motif dan warna dipahami lebih dalam lagi akan terdapat makna dan nilai filosofi yang terkandung di dalamnya.

2. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan menunjukkan informan perempuan memiliki jumlah batik relatif lebih banyak dibandingkan dengan informan laki-laki. Mayoritas jumlah pakaian batik yang dimiliki oleh perempuan berjumlah lebih dari 4 dari setiap individu yang terdiri dari berbagai model pakaian perempuan seperti *blazer*, *outer*, dan rok. Sedangkan informan laki-laki mayoritas menyebutkan pakaian batik yang dimiliki yaitu paling banyak berjumlah 5 yang terdiri dari kemeja dan kaos. Kebutuhan akan pakaian perempuan dan laki-laki tentu berbeda, selain itu dalam hal ini kebutuhan berpakaian perempuan cenderung lebih bervariasi. Peneliti memunculkan pertanyaan mengenai jumlah pakaian batik yang dimiliki oleh informan, karena menurut peneliti kuantitas kepemilikan menunjukkan bahwa batik sudah termasuk dalam kebutuhan. Sebab menurut Tatik (2008) proses terjadinya motivasi kebutuhan merupakan unsur awal untuk menciptakan tekanan sehingga mendorong seseorang untuk menentukan suatu perilaku. Dalam hal ini perilaku yang dimaksudkan adalah intensitas dalam menggunakan batik.

3. Intensitas dalam menggunakan batik, sebagian besar informan menjawab bahwa minimal menggunakan batik adalah setiap satu minggu sekali. Kemudian 4 dari 6 informan menjelaskan bahwa mereka menggunakan batik relatif disetiap hari Jum'at. Hal itu dikarenakan adanya anjuran dari Badan Eksekutif Mahasiswa untuk menggunakan batik di setiap hari Jum'at. Intensitas menggunakan batik merupakan cerminan dalam pengambilan keputusan oleh informan sebagai representatif dari generasi milenial dalam minat menggunakan batik. Menurut Sadeli dan Ukas (2000) dalam jurnal yang ditulis oleh Totok menjelaskan bahwa

keputusan merupakan dorongan serta keinginan yang merupakan tenaga penggerak serta yang berasal dari dalam diri seseorang, sehingga keputusan merupakan pembangkit daya gerak untuk berbuat sesuatu dalam rangka mencapai kepuasan dan tujuan. Berkaitan dengan hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah batik yang dimiliki merupakan salah satu bentuk pengambilan keputusan yang disebabkan oleh motif-motif dalam rangka mencapai tujuan pada individu generasi milenial.

4. Motivasi menggunakan batik, menurut Kreithner dan Kinicki (2001:378) motivasi merupakan proses psikologis yang membangkitkan dan mengarahkan perilaku pada pencapaian tujuan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, jawaban informan paling banyak menyebutkan bahwa hal yang membuat diri mereka mau menggunakan batik adalah karena adanya anjuran dari fakultas untuk menggunakan batik setiap hari Jum'at.. Selain dalam rangka mengikuti anjuran dari kampus, alasan melestarikan budaya juga menjadi pendorong untuk generasi milenial mau menggunakan batik. Sehingga mereka yang sebelumnya tidak memprioritaskan batik dalam pakaian sehari-harinya mau tidak mau akan memilih menggunakan setiap hari Jum'at karena adanya anjuran dimana hal ini berlaku untuk responden laki-laki dan perempuan. Lebih spesifik lagi, dari hasil wawancara menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih sering menggunakan batik karena memiliki jenis pakaian batik yang bervariasi, sehingga termasuk dalam kebutuhan eksistensi. Menurut Loudon dan Bitu (dalam Tatik,2013:25) mengklasifikasikan motif pada pola yang sederhana motif dapat di klasifikasikan ke dalam 3 jenis, yaitu :

1. Motif Fisiologis dan Psikogenik
2. Motif disadari dan Tidak Disadari
3. Motif Positif dan Motif Negatif

Merujuk dari teori klasifikasi motif, menunjukkan bahwa Motif Fisiologis dan Psikogenik menjadi dominan pendorong generasi milenial memilih menggunakan batik.

5. Menurut informan terdapat berbagai cara dalam menumbuhkan motivasi generasi milenial dalam menggunakan batik, di antaranya sebagai berikut :

- a) Merubah stigma dengan membentuk lingkungan, tidak dapat di pungkiri bahwa adanya anggapan bahwa batik merupakan pakaian yang kuno membuat generasi milenial enggan menggunakan batik di kegiatan sehari-harinya. Stigma inilah yang perlu dirubah dengan menanamkan *mindset* bahwa batik bukanlah hal yang *kolot*. Menurut jurnal yang ditulis oleh Rima Permata Sari dkk. pola pikir atau *mindset* merupakan sekumpulan kepercayaan (*belief*) atau cara berfikir yang memengaruhi perilaku dan sikap seseorang. Merujuk pada hal ini, menurut informan perlu adanya pembentukan lingkungan guna menumbuhkan motivasi milenial bangga menggunakan batik melalui berbagai aspek. Sebagai contoh adanya anjuran menggunakan batik di lingkungan kampus, kemudian adanya campur tangan dari *influencer* untuk turut menyebarkan anggapan bahwa batik bukanlah sesuatu yang ketinggalan zaman, justru dengan menunjukkan ada berbagai macam jenis batik generasi milenial harus turut menjaga budaya asli Indonesia.
- b) Memersuasi mahasiswa untuk menggunakan batik pada berbagai kegiatan kemahasiswaan antara lain seperti kuliah tamu, dan agenda organisasi lainnya. Hal ini dapat dilakukan melalui konten digital dengan memperhatikan komunikasi persuasif yang bertujuan untuk mengajak mahasiswa menggunakan pakaian batik. Menurut Abdurahman dalam jurnal Strategi Komunikasi Persuasif dalam Aktivitas Pemasaran (2016) mengatakan bahwa komunikasi persuasif adalah ajakan, bujukan, yaitu suatu tindakan yang berdasarkan segi-segi psikologi yang dapat membangkitkan kesadaran individu. Sehingga harapannya hal tersebut akan membentuk sebuah kebiasaan. Selain itu dengan adanya kegiatan membatik yang pernah diadakan oleh BEM FEB Universitas Brawijaya, akan berdampak pada ketertarikan milenial untuk mempelajari batik lebih dalam lagi.
- c) Perlu adanya inovasi produk, inovasi produk menurut Haryono dan Marniati (2017) dalam jurnal Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing, salah satu

bentuk dari inovasi produk adalah adanya produk baru. Produk baru meliputi produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan. Dalam hal ini, menurut informan dengan adanya pembaharuan baik dari segi produk, pemasaran, dan *brand image* bisa menjadikan batik lebih diminati oleh generasi milenial.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai motivasi milenial pada penggunaan produk batik, peneliti dapat menyimpulkan :

1. Bahwa terdapat beberapa unsur yang melatarbelakangi generasi milenial memilih menggunakan produk batik yaitu adanya kepercayaan atau tradisi yang sudah melekat pada dirinya. Faktor sosial budaya menjadi salah satu hal yang memotivasi generasi milenial memilih menggunakan batik, hal tersebut diperlihatkan melalui pemaparan dari informan bentuk bahwa menggunakan batik dapat mencerminkan kelugasan pada seseorang, selain itu menggunakan batik sebagai salah satu bentuk menghormati ketika bertemu dengan orang yang lebih tua. Kedua, adanya keontetikan dalam kain batik yang membuat milenial tertarik menggunakan batik. Selanjutnya, adanya anjuran untuk menggunakan batik pada hari Jum'at, dalam hal ini terjadi pada lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Terakhir, adanya rasa tanggung jawab para milenial untuk dapat melestarikan budaya batik. Pada hakikatnya generasi milenial sudah memahami akan pentingnya menggunakan batik selain untuk melestarikan yaitu untuk memperkenalkan berbagai motif batik. Hal tersebut yang kurang mendapat respon positif di lingkungan kampus sehingga generasi milenial yang ingin menggunakan batik justru menggugurkan niatnya untuk menggunakan batik.

2. Dari beberapa unsur yang melatarbelakangi generasi milenial memilih menggunakan batik, terdapat unsur yang paling dominan yaitu karena adanya anjuran. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya pemaparan informan yang menjelaskan bahwa mereka memilih menggunakan batik karena adanya anjuran dari lingkungan kampus.

3. Pengetahuan generasi milenial banyak berkuat pada batik sebagai budaya asli Indonesia. Lebih dari itu generasi milenial kurang mengetahui banyak makna

serta filosofi yang terkandung di dalam motif batik. Kekurangdalaman pengetahuan menjadi penyebab kurang bangganya para milenial dalam menggunakan produk batik.

4. Selain menggunakan batik pada acara formal seperti undangan pernikahan atau pun seminar dalam kampus, dalam satu minggu para milenial minimal menggunakan batik satu kali. Hal ini karena adanya anjuran dari lingkungan kampus untuk menggunakan pakaian batik setiap hari Jum'at. BEM FEB UB merupakan pioneer dalam membuat campaign menggunakan batik setiap hari Jum'at, hal ini bertujuan untuk mengajak mahasiswa gemar menggunakan batik dan menghilangkan stigma batik sebagai sesuatu yang kuno di lingkungan kampus.

5. Menurut para milenial menyebutkan beberapa cara untuk meningkatkan motivasi generasi milenial dalam menggunakan batik, yaitu :

- Merubah stigma dengan membentuk lingkungan
- Dalam lingkungan kampus, dapat memersuasi mahasiswa untuk menggunakan batik pada agenda kemahasiswaan
- Adanya inovasi produk

5.2.Saran

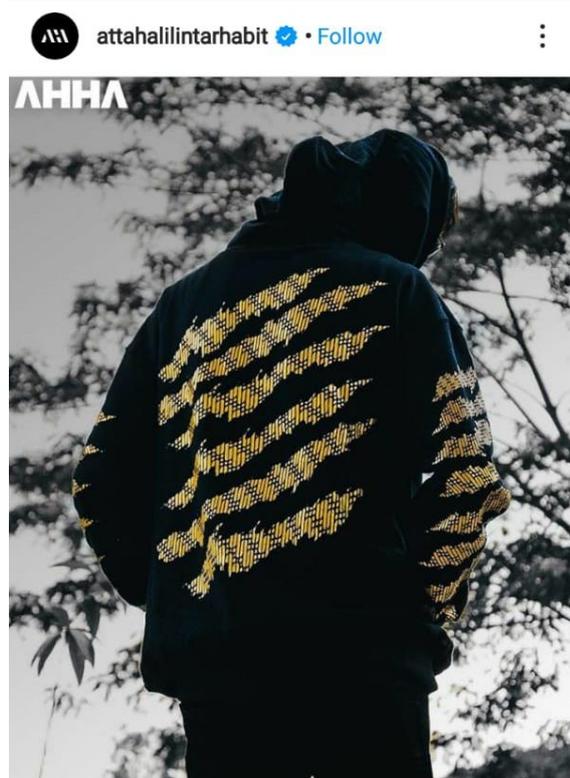
Berdasarkan hasil penelitian yang telah ditemukan, peneliti dapat mengemukakan beberapa saran. Antara lain sebagai berikut :

1. Pembuatan konten pada media sosial. Selain sebagai wadah untuk melakukan kegiatan pemasaran, membuat konten yang edukatif termasuk salah satu cara juga untuk dapat menarik minat generasi milenial menggunakan batik. Sebagian milenial tidak banyak mengenal batik, dengan lebih memahami nilai serta makna filosofi yang terkandung bisa jadi dapat menjadi daya tarik. Dengan begitu penggiat industri batik tidak hanya menyuguhkan produk, tetapi juga menunjukkan makna dibalik kain batik.

2. Adanya inovasi produk, dimana batik tidak hanya di produksi dalam bentuk pakaian yang formal, tetapi batik juga dapat dimodifikasi menjadi pakaian *casual*. Hal ini karena peneliti mengamati masih belum banyak terdapat batik yang dapat dipadukan dengan pakaian santai sehari-hari, atau bahkan pakaian yang dipakai hanya untuk *hangout*. Salah satu contoh batik yang sudah dapat diaplikasikan pada jenis pakaian casual antara lain produk yang dikeluarkan oleh brand AHHA. Batik yang di tampilkan memiliki kesan yang lebih menarik dan modern terlihat dari memadukan hoodie dengan motif batik. Dengan target market generasi milenial, menurut pengamatan peneliti AHHA dapat memenuhi kebutuhan trend para milenial di Indonesia.



Gambar 28. Hoodie AHHA motif batik
Sumber : Instagram/AHHA (diolah peneliti, 2020)

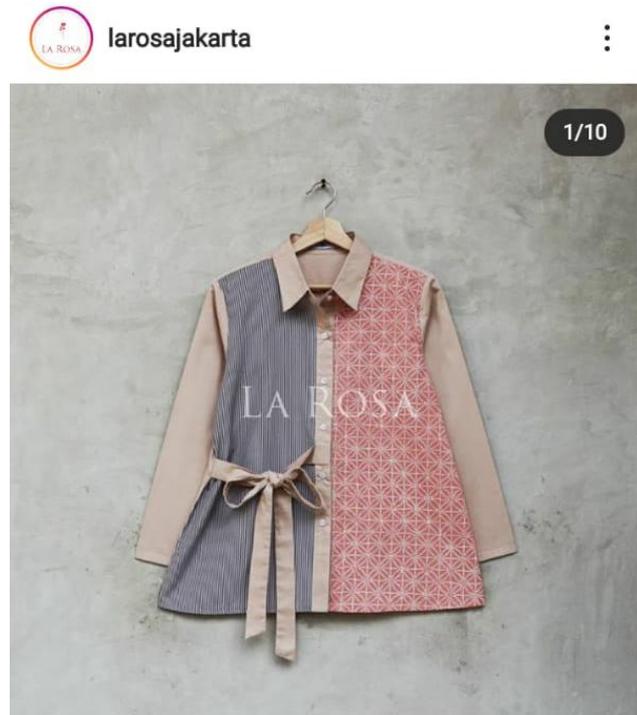


Gambar 29. Hoodie AHHA motif batik
Sumber : Instagram/AHHA (diolah peneliti, 2020)



Gambar 30. Hoodie AHHA motif batik
Sumber : Instagram/AHHA (diolah peneliti, 2020)

Selain salah satu brand yang disebutkan oleh penulis sebelumnya. Bentuk lain dari inovasi produk terhadap batik dapat dipadukan dengan kain lainnya. Berikut contoh beberapa produk batik dari brand LaRosa Jakarta :



Gambar 31. Batik LaRosa Jakarta
Sumber : Instagram/Larosajakarta (diolah peneliti, 2020)



Gambar 32. Batik LaRosa Jakarta
Sumber : Instagram/Larosajakarta (diolah peneliti, 2020)



Gambar 33. Batik LaRosa Jakarta
Sumber : Instagram/Larosajakarta (diolah peneliti, 2020)

3. *Home ware* atau pakaian rumahan sebagai bentuk variasi produk dari batik. Dengan menyebarnya virus corona di Indonesia, menuntut masyarakat untuk beralih pada kebiasaan baru atau *New Normal*. Salah satu bentuk normal baru yang dilakukan setelah adanya pandemi virus corona, yaitu *Work From Home*. *Work From Home* (WFH) yaitu melakukan pekerjaan dari rumah menjadi bentuk adaptasi baru untuk mencegah penyebaran virus. Dengan WFH ini masyarakat atau para pekerja akan lebih banyak menghabiskan waktunya dirumah sehingga pakaian rumah bisa menjadi salah satu komoditi baru. Selain terus mengembangkan batik untuk outfit, produsen batik dapat menciptakan berbagai inovasi produk untuk batik home ware seperti daster, kaos, dan celana. sebagai alternatif lain di tengah menurunnya penjualan outfit batik.



Gambar 34. Homeware Batik Jumputan
Sumber : Tokopedia (diolah penenliti, 2020)

4. Bagi generasi milenial sendiri, dapat mengubah stigma kuno atau *kolot* apabila seseorang menggunakan batik. Hal ini perlu dilakukan dengan kesadaran diri sendiri, sebagaimana generasi milenial memiliki peran yang besar dalam melestarikan budaya. Untuk menciptakan rasa bangga dan memiliki budaya, generasi milenial dapat memperluas literasi mengenai batik, dengan lebih memahami dan menghargai budaya milik sendiri tentu akan berdampak pada rasa cinta akan budaya dalam negeri dalam hal ini adalah kain batik.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A Anwar Prabu Mangkunegara. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Aini, Yulfita'. 2013. *Pengaruh Motivasi Internal, Eksternal Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Universitas Pasir Pengaraian*. Vol. 2 No. 1 Januari 2013 . Universitas Pasir Pangairan
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Statistik Gender Tematik : Profil Generasi Milenial*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Bangun,Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga
- BA,Widodo. 1983. *Batik Tradisional* .Jakarta: PT. Penebar Swadaya
- Bungin,Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif (edisi II)*. Jakarta: Prenada media Grup
- CNN Indonesia. 2018. *Alasan Generasi Milenial lebih Konsumtif*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180418215055-282-291845/alasan-generasi-milenial-lebih-konsumtif> (diakses tanggal 10 Oktober 2019, pukul 14.20 WIB)
- Dewi, Fajar Laksmi. 2019. <https://www.idntimes.com/life/women/fajar-laksmi-dewi-1/fashion-show-batik-untuk-negeri-di-hari-batik-nasional/1>. (diakses tanggal 12 Oktober, pukul 19.50 WIB).
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. 1995. *Consumer Behavior*. 8th Ed. Forth Worth, Texas:The Dryden Press.

Fahmi, Irham. 2011. *Manajemen Teori Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.

Fahmi, Irham. 2013. *Perilaku Organisasi*. Bandung: CV Alfabeta

Hamidah, Tjitjik. 2018. *Mengenal Kohort : Veteran Generation, Baby Boomers, Millenials, Gen X dan Gen Z*. Vol 4 No. 4 Februari 2018. No. ISSN 2477-1686. Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia

Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press

Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups (Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kudiya,Komarudin . 2019. *Kreativitas dalam Desain Batik*. Bandung: ITB Press

Kreitner R, & Kinicki, A. 2001. *Organizational Behavior. Fith Edition, International Edition*, Mc graw-Hill Companies, Inc.

Mangkunegara,Anwar Prabu .2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Mamang,Etta dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen (pendekatan praktis disertai Himpunan Jurnal penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset

Moleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Pratiwi, Intan 2018. *Kemenprin: Industri Batik RI Pimpin pasar dunia*.
<https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/05/18/p8whg2377-kemenperin-industri-batik-ri-pimpin-pasar-dunia>. (Diakses tanggal 12 Oktober, pukul 19.48 WIB).

Priskila, Tisia 2018. “*Pengaruh persepsi generasi langgas tentang kualitas dan inovasi batik terhadap keputusan pembelian di era digital*” *Journal Of Business & Applied Management Vol.11* (No.1): 25-115 Th. 2018. ISSN : 1979-9543. Universitas Bunda Mulia

Santosa. 2019. *Filsafat Batik* . Surakarta : ISI Press

Setiadi, Nugroho Juli. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pasar*. Jakarta: Pranada Media

Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup

Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Suliyanto dkk, 2015 . *Perspsi Generasi Muda Terhadap Profesi Pengerajin Batik Tulis di Purbalingga* .Volume XVIII, No.1,ISSN 1979-6471.

Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia

- Sumarwan,Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Jakarta : PT. Ghalia Indonesia
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suryani,Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Swastha, B., dan H. Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE: Yogyakarta
- Tim Redaksi Majalah KINA. 2013. *Batik Nusantara, Batik Of Archipelago*. KINA Edisi Khusus. Jakarta : Redaksi Majalah Kina.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Manajemen Pemasaran Edisi III*. Andi Offset: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran, Edisi II*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Veriella, Aisha 2018 . *Batik fractal dibuat pakai Rumus Matematika, Inovasi Keren Anak Bangsa*. <https://www.idntimes.com/science/experiment/aisha-variella-f/batik-fractal-dibuat-dengan-rumus-matematika-c1c2/1>.(diakses tanggal 12 Oktober 2019, pukul 20.44 WIB)

Lampiran 1

Guideline Interview

1. Perkenalan

Salam (pagi/siang/malam) Sebelumnya saya mengucapkan terimakasih banyak atas kesediaan waktu Anda untuk bertemu dengan saya hari. Perkenalkan nama saya Haqu Imaning Elmiani. Hari ini saya ingin berbincang-bincang dengan anda terkait motivasi anda dalam menggunakan produk batik. Hal ini untuk mengetahui bagaimana gambaran pola perilaku motivasi milenial dalam menggunakan *Outfit* batik. Dalam prosesnya akan berlangsung selama kurang lebih 1 jam apakah Anda bersedia? Sebelumnya, kami meminta ijin menggunakan tape recorder selama proses interview ini berlangsung. Hal ini dikarenakan kami tidak dapat menuliskan semua informasi yang Anda berikan dan kami memang tidak ingin melewatkan sedikitpun informasi yang Anda berikan, karena sepele informasi bisa menjadi sangat berharga bagi kami. Semua pernyataan Anda dalam interview ini akan terjamin kerahasiaannya. Jadi Anda tidak perlu khawatir karena hasil perbincangan ini hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian dan tidak akan melibatkan nama Anda sebagai informan kami. Anda tidak perlu mengemukakan hal-hal yang tidak ingin Anda sampaikan dan Anda dapat menghentikan perbincangan ini kapan saja jika diperlukan sekali. Jika nanti ditengah perbincangan Anda memiliki pertanyaan, maka kita akan bersama-sama mendiskusikannya setelah perbincangan ini selesai. Apakah ada yang belum jelas dan ingin Anda tanyakan? Apakah Anda bersedia untuk berpartisipasi dalam interview ini.

2. Guide Wawancara

No.	ASPEK	DAFTAR PERTANYAAN
1.	Pengetahuan tentang Batik	<ul style="list-style-type: none"> • Apa yang Anda ketahui tentang Batik? • Motif apa saja dari batik yang Anda ketahui?
2.	Jumlah Batik yang dimiliki	<ul style="list-style-type: none"> • Berapa jumlah batik yang kamu punya? • Apa yang membuat Anda menyukai batik?
3.	Intensitas Menggunakan Batik	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam satu minggu berapa kali kamu menggunakan batik?
4.	Motif menggunakan Batik	<ul style="list-style-type: none"> • Apa yang membuat Anda memilih menggunakan batik? • Bagaimana respon orang disekitar ketika anda menggunakan batik?
5.	Menumbuhkan minat menggunakan Batik	<ul style="list-style-type: none"> • Menurut Anda Bagaimana minat menumbuhkan minat menggunakan batik pada generasi milenial?

Lampiran 2

Arsip wawancara Informan 1

A : Untuk tau apasih.. ee yg memotivasi generasi milenial, nah kita akan di generasi milenial nih apasih sebenarnya yang memotivasi generasi milenial untuk mau pake outfit batik.. karena yang kita tau kan sekarang batik itu peminatnya dikalangan kita nggak terlalu banyak gitu lo.. sedangkan ..padahal batik itu salah satu warisan budaya yang harus kita pertahankan nah..gitu.... Kenapa aku mewawancara kamu karena aku beberapa waktu kemaren itu memperhatikan kamu itu salah satu orang yang sering pake batik tiap minggunya... nah sekarang aku pengen tau apasih sebenarnya yang mendorong rosa untuk mau menggunakan produk batik itu sendiri, dari pertanyaan yang pertama sih.. apasih kira-kira yang kamu tau tentang batik, apa aja yang kamu tau ?

B: Menurut aku, (nge lag..) setau aku batik itu sebuah warisan budaya ya , kain motif..kain yang bermotif namun punya ciri khas tersendiri gitu disetiap daerahnya... dan ciri khas budaya ini itu jadi warisan di Indonesia sendiri .. sebenarnya kita harus bangga dong sama warisan, warisan hasil karya anak bangsa sampe sampe kan ada tuh yang nge klaim tentang batik. Berarti emang sangking cakepnya nih motif batik, ee ide tentang batik sama juga gimana membatik itu juga kan berarti juga memotivasi banyak orang makanya sampe di klaim oleh negara lain.. that's why .. itu yang aku tau tentang batik..

A : Selain itu apa ada lagi?

B : Ee.. mungkin motifnya..

A : Apa aja tu yang kamu tau?

B : Motif yang aku tau itu..aku gatau namanya siih..oh aku tau tu namanya tu kaya mega mendung trus motif batik guru PNS...hehe (narasumber ketawa) aduuh maaf maaf aku gatau namanya cuman.. tau model modelnya aja..

A : Heem nahh dengan yang kamu ketahui itu sekarang jumlah outfit batik itu termasuk baju atau celana yang kamu punya atau rok bermotif batik itu ada berapa?

B : Aku punya baju batik itu untuk atasan itu (nge lag...) baju biasa.. itu kalo celana aku punya satu kalo rok aku punya 2 eh 3

A : Ehm,... berarti lumayan banyak ya..

B : Cakep banget mi emang..

A : Nah batik sendiri itu kamu beli sendiri atau orang tuamu yang beliin ?

B : Eee.. dari baju itu aku beli sendiri tapi kalo celana, rok itu orang tua aku yang beli gitu..

A : Emmm yaah.. mundur lagi si kebelakang kamu tu suka batik itu karena kamu suka dengan motif yang ada atau karena kamu ngeliat sekeliling mu nih pake batik, misalnya orang tuamu.. sering pake batik jadi kayak kamu jadi pengen ya pake batik juga...apa kaya gitu.. gimana ?

B : Yang pertama aku suka bgt sama motifnya, motifnya itu sesuai dengan model outfit yang mau aku gunakan gitu..

A : Oh gitu..

B : Yang pertama tu untuk menarik perhatian tu di motif si sebenarnya.. heem.. karena kalo motifnya udah cakep trus juga andai nih..penggunaannya itu sesuai dengan apa yang kita mau itu makin cakep gitu loh.. jadi ee variabel yang pertama yang paling penting itu di motif karena kalo apalagi masih muda yaa, masih generasi milenial ya kita itu pasti memperhatikan penampilan bgt gitu loh.. visual

banget.. nah karena kita menampilkan visual motif adalah hal utama karena paling eye catching...gitu..

A : Kalo batik yang sering kamu pake itu batik model apa... ?

B : Eee... aku kurang tau sih modelnya mi.. tapi eee.. aku kurang tau modelnya ...

A : Maksudnya sejenis baju ..

B : Aku kurang tau motifnya apa...

A : Sejenis baju kah, atau blezer kah, atau rok yang sering bgt kamu pake..

B: Yang sering banget aku... outer

A : Oh outer... jadi model outer yaa.. mantap

Terus.. ee seberapa sering kamu pake batik itu sendiri dalam satu minggu ?

B : Ehm, satu minggu adakali satu kali aku pakek

A : Berarti udah pasti tiap satu minggu ? Itu biasanyaa karena kamu kepengen atau karena ada anjutan soalnya yang kita tahu di kampus FEB sendiri kan tiap hari jumat kan ada dicanangkan pake batik tiap hari jumat.. itu kamu pake di hari itu aja atau dihari lain kamu pakek juga ?

B : Hari yang lain juga, karena kadang pun jumat aja aku ga pake batik ..

A : Paling engga seminggu sekali berarti pake batik ya minimal...

B : He'emm... paling engga seminggu sekali ada..

A : Ee.. selain blazer batik yang kamu suka itu batik yang model apa ?

B : Aku suka banget batik yang model (gangguan koneksi) banget

A : Apa ulangi maaf tadi nge lag..

B : Aku selain suka model batik yang jadi outer , yang jadi blazer, aku suka banget yang jadi rok slim

Rok slim...

Iya yang ngga, ngga terlalu keluar gitu tapi yang sesuai dengan kaki heem.. itu cakep banget menurutku cakep..

Memberi kesan formal

A : Oiya mantap, nah itu kan eee tapi kadang kamu berfikir ga si ros kenapa sih batik itu masih terkesan formal gitu padahal kan itu sebenarnya sama kaya batik batik yang motif (maaf salah ngomong) baju kita yang lainnya misalnya contoh bunga-bunga kaya gini..(peneliti menunjukkan motif bajunya) sebenarnya kan biasa ajaa, itu kenapa bisa jadi ada kesan formal gitu di kita-kita jadi kita tu kaya males make waktu di hari biasa...

(koneksi internet terganggu)

B : Karena batik bagi orang-orang yang tua gitu.. jadi karena kita yang masih (gangguan koneksi) sering dipake sama PNS jadi kesannya oh itu khas orang tua tu (gangguan koneksi)... visual, bahwa batik itu adalah pakaian orang tua.. karena yaa itu kita sering bgt ngeliat orang orang pns pake batik karena kan wajib..

Heem Tapi..

Dan juga selain itu motif nya seperti yang kita tahu sebelum sebelum ini tua tua bgt, motifnya tu kaya ngga ada perkembangan gitu lo mi..

A : Oh gitu... kamu masih ada rasa kesan batik itu identik dengan hal yang kuno gitu..?

B : (gangguan koneksi) kadang nyari batik itu di bantu karena emang rata rata semua tempat batik itu kaya kuno gitu baru di tempat tempat tertentu tempat tempat modern baru yang apa namanya...brand new semua...modelnya cakep cakep semua... (nge lag)

A : Oiya..model yang cakep..sendiri menurut kamu itu gimana definisinya...?

B : Menurut aku model yang cakep itu perpaduan terang sama gelapnya masuk jadi terang dan gelapnya itu sesuai gitu loh , dan bisa dipake atau di padukan dengan apapun...gitu... trus selain itu juga eee engga deng formal sama informal harus di bedain lah tapi ada juga yang bisa dipake dua-duanyaa.. yang penting itu si warnanya motifnya...

A : Berarti karena warnanya... tapi pernah ga sih kaya orang tuamu tu dorong kamu kaya untuk “ayo dek pake batik atau yaudah kamu otomatis aja ngeliat batik bagus ya aku mau gitu..

B : Otomatis sih..orang tuaku ga pernah nganjurin sama sekali...

A : Eemm..kamu pernah ga si dapet pelajaran tentang batik ros?

B : Ha? Emang ada?

A : Ada, jadi sekarang tuh di SMA SMK sudah mulai ada ekstrakurikuler batik, membatik..

B : Oouw.. aku gatauu

A : Kamu sendiri pernah dikenalin ngga sama hal hal kaya gitu..?

B : Pernah sih dulu..pelajaran seni ya..seni rupa, tapi itu pelajaran membatik itu cuman.. (gangguan koneksi) pertemuan doang, jadi kita itu disuruh ngegambar batik dibuku gambar..

A : Ohh heem..

(Gangguan Koneksi)

A : Trus biasanya kamu sendiri pake batik itu kapan ?

B : (gangguan koneksi)... ngga ngerti sih kapannya

A : ngelag ros.. bentar bentar... bentar bentar (gangguan koneksi)

A : Kamu biasanya pake batik itu kapan atau pas kemana aja?

B : Aku...kapannya aku...nggak mesti ya..ngga ada hari yang rutin gitu aku pake batik cuman kalo emang mood aku bagus aku pake batik even itu aku di acara casual acara yang informal ... itu aku pake.. karena ya emang bajunya bisa gitu loh dibuat main bukan di buat acara acara formal ...

Terus Tadi pertanyaan selanjutnya apa?

A : Pas kemana aja? Udah kok udah ke jawab...

B : Oh udaahh...

A : Biasanya waktu kamu pake batik nih ada ga sih..temen temenu yang kesan kaya kok kamu pake batik sih hari ini? Ada apa?... gitu ada ga komen gitu..?

B : Iya, heem ada dong kaya...

A : Itu kamu balasnya kaya apa?

(gangguan koneksi)

B : Apa tadi gimana?

A : Sek ros nge lag nge lag ros.... (gangguan koneksi)

B : Apa tadi pertanyaanya?

Gapapa

A : Biasanya ee.. kalo misal kamu pake batik nih dihari yang ngga dianjurin pake batik , kan pasti ada komen , aa komen kok kamu pake batik sih hari ini ada apa? Apakah banyak yang komen2 kaya gitu apa gimana?

(gangguan koneksi)

B : Ada dong.. kaya mereka heran “oh ros.....(gangguan koneksi)

A : Udah a ? nge lag ros sori.....o my god (gangguan koneksi)

Heheh apalagi yaa..? kira kira ada yang kamu tanyain (diskusikan) ga seputar batik atau apa yang pengen kamu ceritain gitu...pengalaman kamu pake batik ?

B : Engga sih elmi... aku cuma ... aku ngga ada yang perlu ditanyakan dan apaya...mungkin selintas di ide ku ajaa..tapi mungkin buat temen temen atau para peminat kondisi pasar kaya gimana, karena kalo kalian sesuai dengan kondisi pasar kalian pasti laku kok , kalo engga sesuai kondisi pasar yaa nggk bakal laku dan bakal di pandang sebelah mata gitu..padahal itu kalo di.. (nge lag) dimotifya...(ngelag) disesuaikan dengan minat pasar identik batik itu pasti diminati kok karena kita kann... (gangguan koneksi)

A : Oiya menurut kamu nih ros.. kan gimana sih cara numbuhin eeee.. anak anak milenial sekarang itu biar suka gitu pake batik..?

B : Cara menumbuhkannya untuk suka itu subjektif ya.. tapi untuk menumbuhkannya kita itu harus mewajibkan mereka memakai batik , itu untuk

menumbuhkan seenggakannya menyadari bahwa oh adalah batik ini tu lagi kayanya krisis bgt deh makannya kok kaya diwajibkan pake batik . tapi untuk menumbuhkan... sifat sukanya itu batik itu harus sesuai keinginan kita gitu...model modelnya motifnya harus disesuaikan dengan kepuasan kita

A : Oiyaaa,sama ini kan di era sekarang kita tu era nya digital dan dimana influencer itu punya peranan yang penting nggasih? Karena yang tak perhatikan sekarang kan influenmcer itu dia yang meng influence temen temen seumuran kita gitu.. kira kiraa mereka punya peranan ngga sih dalam untuk menginfluence temen temen dalam menggunakan batik khususnya...?

B : Tentu aja dong, punya peran..

A : Peran yang seperti apa kira kira?

B : Yaa ee eee untuk menumbuhkan rasa suka pada batik untuk menumbuhkan *aware* bahwa... (gangguan koneksi) ini tu...warisan budaya kita (gangguan koneksi) warisan...(gangguan koneksi) sama *followers* nya bahwa batik itu juga...

A : Eem okedeeee, kira kira ada closing *statements* gak dari kamu ? untuk temen temen produsen batik terakhir karena batik yang seharusnya kita buat sekarang kaya gimana menurut kamu ?

Ntar ros masih putus putus

B : Untuk temen temen produsen batik.. eee tetep semangat yaa minat

(koneksi putus)

Lanjut mengirimkan melalui pesan *voice note* di aplikasi *WhatsApp*

B : Buat temen temen produsen batik yaah jangan sampai putus asa tetep semangat buat memproduksinya karena sebenarnya minat batik itu ada...

masyarakat itu pasti juga mau gitu lo untuk menggunakan atau memakai warisan nilai dari budaya . kita juga tentunya pasti bangga dong dengan batik tetapi jangan lupa juga untuk ricek kondisi pasar, target pasar yang kaya gimana , mungkin target pasar bagi orang orang tua ada tapi kan sekarang para milenial dan para generasi baru mulai datang mungkin mulai di.. dijamah atau dirubah ranahnya ke temen temen anak anak muda karena anak anak muda juga kan berpengaruh gitu lo.. apalagi anak anak muda jaman sekarang banyak . jangan sampai anggapan orang pakai baju batik itu untk acara formal aja..jangan... kan kita juga sering bgt acara informal kaya main, nongkrong, hal hal kaya gitu tuh juga malah eee... membuat kesan yang bagus gitu di batik..mungkin seperti itu...

A : Okeee siap.. terimakasih banyak rosa sebelumnya mohon maaf ni karena ada kesalahan teknis dari sinyalnya sendiri udh susah jadi video zoomnya terpaksa harus diakhiri. Makasih banyak ya ros sebelumnya terimakasih udh mau meluangkan waktu semoga eee oya mohon doanya juga semoga skripsiku segera kelar dan skripsimu juga segera kelar . lancar lancar yaak . terimakasih rosa terimakasih banyak...

Lampiran 3**Arsip Wawancara Informan 2**

A : Terimakasih sebelumnya buat Miftah yang sudah bersedia menjadi respondenku jadi disini kenapa sih aku memilih kamu sebagai respondenku mif, karena eee aku memperhatikan beberapa waktu kemaren waktu kuliah tu Miftah tu termasuk salah satu orang yang sering pake baju batik..

B : Iyak betul sekali..

A : Kebetulan kan aku sekarang lagi penelitian dengan judul ee motivasi milenial terhadap penggunaan produk batik...

B : Iyaa..

A : Nah jadi aku pengen tanya ni mif, ee apasi yang kamu tau tentang batik?

B : Mmm...batik itu..ee..apaya semacam pakaian khas.. emm bukan pakaian si lebih tepatnya kaya kain gitu, motif motif kain khas yang ada di indonesia gitu yang memang berasal dari indonesia...

Mmm..

Salah satu budaya juga kan soalnya..gitu..

A : Selain itu apa ada lagi yang kamu tau ?

B : Emm.. batik itu kalo gasalah pernah baca baca ya ..

Itu semacam sempat terjadi kontroversial juga kan..kontroversi gitu sama malaysia kalo gasalah... saling mmm apa namanya mengeklaim.. ee atas dasar hak kepemilikan siapa yang memiliki budaya batik... indonesia atau malaysia gitu... tapi menurut referensi yang saya baca.. sebenarnya memang dari dua negara ini memiliki ee... apa namanya... budaya batiknya masing-masing gitu, jadi ngga

bisa..jadi emang ini mungkin lebih kepada emang di dataran dataran melayu ini mungkin merupakan kain khasnya gitu ya, budaya mereka gitu..

A : Emm.. kamu sendiri asalnya dari mana si mif?

B : Saya asalnya dari aceh kebetulan,

A : Ooh dari aceh..

Di aceh sendiri ada ngga sih batik khas nya?

B : Ada...ada di aceh ada batik khas nya gitu...cuman untuk namanya saya kurang tau...cuman kalo untuk motifnya itu.. ada beberapa juga yag biasanya itu pernah saya gunakan juga kalo dikampus...itu dia ada motifnya gitu, namanya motif pintu aceh... gitu. Jadi di dalam... eee motifnya itu ada gambar pintu acehnya gitu...logo lambang pintu aceh..

A : Oh he'em he'em..

Tau ga filosofi makna dibalik motif pintu aceh itu ?

B : Ee.. kurang paham nya secara apa namanya yang sebenar benarnya itu seperti apa cuma kalo misalkan pada umumnya pintu aceh itu kan biasanya tergambar kan ketika misalnya bentukannya ada dia itu biasanya bewarna emas gitu...dan itu melambangkan kejayaan...aceh pada masa lampau pada masa masa kerajaan, jadi mungkin yaa mungkin...saya ngga terlalu tau pasti sebenarnya eee makna filosofis yang tersirat di dalam pintu aceh, lambang pintu aceh cuman...kalo misalkan secara eee apanamanya yang saya amati gitu yang saya pahami juga itu merupakan salah satu lambang kejayaan aceh gitu..lambang yang dengan warna emasnya gitu. Biasanya dia menggunakan warna emas gitu kan.. lambang kejayaan aceh kaya gitu sih...

A: Ohh..okeee

Kamu punya berapa batik mif? Pakaian batik?

B : Emmm waduh.. yang di malang aja kali yaa.. atau...

A : Yang dimalang yang diaceh boleh...

B : Eee.. aku punya kaos satu..kaos batik

A : He'em...

B : Terus... kalo misalkan kemeja batik itu... ada kayanya empat deh..

Empat..

He'em kayanya..

A : Ngga lebih?

B : Kurang lebih 4 lah..kurang lebih 4...

A : Ooh..

B : Antara 4 atau 5 gitu...

A : Okee okeee...

Biasanya kamu pake batik kapan mif?

B : Biasanya itu kalo misal di kampus itu hari jumat sih biasanya aku pake batik..

A : Em.. kenapa hari jumat?

B : Ee... yang pertama itu... sebenarnya ngga nentu siih.. kadang kadang juga pernah di hari hari lain gitu...nah kalo hari jumat itu dulu kan kebetulan di BEM itu emang ada gerakan hari jumat itu FEB berbatik itu kan...yang pertama itu sekaligus promotori temen temen yang ada di FEB untuk menggunakan

batik...terus yang kedua memang...saya gatau mungkin ini emang kultur yaa.. ketika kita masuk ke dalam hari jumat itu semacam hari yang sakral gitu... salah satu hari yang sakral...bagi.. mungkin kultur ya... salah satu hari yang di eee ya memang udah menjadi ciri khasnya gitu untuk menggunakan batik jadi kami selaku...yaa mahasiswa dan juga bem waktu itu BEM setiap hari jumat memang rutin menggunakan batik gitu...

A : Oh waktu itu kamu aktif di bem yaa berarti?

B : Ohh kebetulan gitu sih mba... hehe

A : Berarti kamu waktu semasa kuliah khususnya itu.. kamu pake batik karena ada anjuran itu atau karena kamu pengen.. yoweslah aku seminggu sekali pake batik...gitu..

B : Iyah..tapi eee terlepas dari pada anjuran itu saya memang eee apa memang kepingin tetap menggunakan batik salam seminggu sekali pasti saya ada menggunakan batik untuk ke kampus...

A : Tujuannya apa mif?

B : Tujuannya ? tujuannya itu sebenarnya yang pertama itu untuk nunjukin juga gitu kalo misalkan.. ee...batik ini itu bukan pakaian untuk orang tua aja.. gitu loh.. anak muda pake batik itu juga masih masuk dan masih bisa dikatakan stylish walaupun saya ngga terlalu stylis sebenarnya..gitu.. cuman yaa...ngga ..ngga kolot gitu... sebenarnya ngga kolot kalo pake batik ... memang stigma orang orang itu berbagai macam ya.. ada yang misalkan ketika kita pake batik masih ada yang nganggap mau ke kondangan ... segala macam gitu...nah... sebenarnya..dengan kita menggunakan itu ke kampus.. pelan pelan pasti bakal stigma stigma... negatif kaya gitu bakal berubah...dan itu yang pengen kita campaign kemaren waktu kita di BEM bahwa sebenarnya dengan batik ini kita tetap bisa keren sebagai mahasiswa..gitu.. gitusih jadi kemaren yang pertama

karena selain campaign kaya gitu kita ngajak juga si temen temen FEB khususnya untuk ee.. pake batik gitu...dan sebelum nya...saya juga udah di bem beberapa tahun gitu.. dan mengamati laah..berbagai macam BEM yang ada di brawijaya kebetulan gerakan ini lumayan emm...bercampaign juga gitu ke beberapa fakultas lain...dan mulai diterapkan juga oleh beberapa BEM fakultas lain yang imbasnya juga masuk ke dalam fakultas fakultas mereka... gitu gitu sih sebenarnya tujuannya..

A : Oh berarti FEB itu termasuk pionir ya ? dengan budaya pake baju batik...

B : Iya termasuk pionir juga dengan budaya FEB berbatiknya gitu ...

A : Emm.. oke oke...

Kamu suka batik itu dari sebelum kuliah atau pas udah mulai kuliah yang bener bener kaya interest gitu sama batik?

B : Kalo interest secara batik dari SMA aku kebetulan...

A : Emm... waktu apatuh..

B : Gimana?

A : Waktu apa? Mksdnya kenapa kamu tiba2 merasa interest gitu sama batik waktu SMA itu ..

B : Dulu itu waktu saya SMA itu saya pernah mendengar sebuah tajuk berita terkait nelson mandela gitu...

A : Emm...

B : Nelson mandela ini salah seorang pemimpin diluar negeri yang memang dia sangat mencintai batik indonesia gitu.. dan itu yang membuat terlepas dari pada

batik saat itu...saya sangat mengidolakan sosok nelson mandela sebagai seorang pribadi...eee disaat itu saya baca biografinya gitu... biografi dan autobiografinya saya baca ternyata cukup menarik gitu kenapa ... ee dia bisa mencintai batik.. ee ..pokok sepak terjang nya juga bagaimana itu sangat mengagumkan.. itu yang kebetulan juga eee apa namanya saya hidup di asrama yang notabennya itu pasti menggu..banyak menggunakan baju baju formal pakaian pakaian formal gitu kan dan yaa itu makanya eee..berhubung ada batik yaa kami gunakan batik... dan memang kultur kebetulan di sekolah saya dulu itu... baju tahunan kami biasanya berasal dari olahan batik gitu... jadi emang kaya mau ngga mau dan memang ada rasa keinginan juga untuk suka terhadap batik itu...

A : Ohh i see... ise ..

Oiya terus kamu ketika... oiya kamu beli batik itu.. kamu beli sendiri atau dibelikan orang tua...?

B : Biasanya dibeliin sihh..

Nah iya itu biasanya dibeliin, cuman emang kadang emm apa namanya ukurannya kurang pas...gitu kan tapi kan yaa itu kan bisa diakalin kalo hal hal kaya gitu...cuman rata rata dibeliin...

A : Iya iya iya bener bener bener...

Kalo boleh tau di range harga berapa mif ?

B : Apa?

A : Di range harga berapa batik yang kamu punya..

A : Emmm ada beberapa yang ada di sekitar 300-500..ada juga yang dibawah 100rb juga ada

A : Eemm..

B : Yang ada beberapa juga emang kaya beli kain nya aja gitu terus beli bahannya aja..terus jait juga ada gitu...jadi ya kurang tau sih kalo range nya cuman yaa berkisar antara 300-500 sih keknya... kayanya yaah..

A : Heem heem ...

Orang tuamu sendiri sering pake batik ngga sih mif ?

A : Sering... sering bgt kalo batik... karena itungannya memang itu juga jadi kalo misalkan untuk orang tua tapi kan biasanya lebih kepada kantor ataupun acaragitu kan tapi sering sih...itungannya masih cukup sering..bahkan ada satu kain yang kebanyakan yang tadi saya bilang eee lambang pintu aceh itu memang kita batik sekeluarga gitu....bahannya untuk sekeluarga...

A : Oke..okee

Kalo boleh tau batiknya kan sering di pake ayahmu kekantor..profesi ayahmu itu apa?

B : Iyaaa.. emm profesi ayah saya itu pegawai negeri..

A : emm ... berarti emang ada anjuran yaa dari kantornya...

B : Iya anjuran dari kantor..biasanya juga penggunaanya hari jumat juga gitu kan... atau ketika ada acara acara...biasanya menggunakan batik...

A : Oke okee.. nah ketika kamu memilih atau membeli batik yang pertama kamu lihat itu apa ?

B : Hee' em..

A : Kan kalo cowokkan modelnya kalo ngga kemeja kaos gitu...berarti yang kamu liat kan antara motif atau warnanya.. itu kamu lihat yang mana dulu biasanya... ?

B : Kalo aku sih biasanya lihat warna dulu...

A : Liat warnanya dulu....

Suka warna yang kaya gimana mif ?

B : Iya...

Biasanya itu biasanya aku suka warna yang coklat, atau hitam atau putih ...aku soalnya suka warna yang kaya gitu....

A : Hemm...

Kenapa tuh suka warna yang kaya gitu ?

B : Abu abu, silver itu juga lumayan bagus gitu... nah nanti itu dari situ baru milih motifnya.. motif juga salah satu...soalnya.. kalo misalkan motifnya kurang bagus biasanya aku engga..misal motifnya terlalu rame gitu biasanya aku ngga pake... gituh..

A : Ooh..okee

B : Sekarang kan banyak kan batik batik untuk anak anak muda... desain nya simple tapi elegan... gitu..

A : Kamu tau dimana itu mif yang batik batik udah kekinian... ?

B : Biasa muncul sih keknya di instagram...kayanya soalnya kan sering buka buka eee apa namannya kemeja, kemejanya batik gitu itu mungkin algoritma nya instagram itu emang merekomendasikan saya untuk ketika ada dii apa namanya... kadang kadang muncul di timeline nyaa gitu...kaya ada beberapa kemeja batik yang bagus...gitu...udah gitu sih paling buka di instagram kalo engga di zalora... di... pokoknya di olshop olshop laah gitu...

A : Okee okeem ,tapi menurutmu batik sekarang itu masih ada kekurangannya ga sih ?

B : Kalo kekurangannya sih engga ada cuman ya mungkin apa namanya karena anak mudanya ajasih yang kurang... dalam memasarkannya itu masih terkesan apa yaa batik ini tu cuman digunakan waktu acara acara atau kegiatan yang formal gitu..

A : Berarti kamu ngga setuju yamif kalo aku ngomong batik itu cuman untuk acara acara resmi resmi aja?

B : Kalo emnag untuk saat ini itu memang yang terbentuk stigma stigma yang terjadi itu emang seperti itu gitu... nah maka dari itu sebenarnya...mungkin peran produsesn dan peran dari kita sebagai anak muda ya juga ada perannya masing masing. Mungkin produsen bisa menciptakan prodak prodak yang terlihat eee non formal gituu... dan anak muda juga melestarikan dan menggunakannya turut melestarikan dengan menggunakannya. Karena contohnya itu yaaa sekarang kan udah ada tukang kaos walaupun ya mungkin memang dia bukan cetakan semacam cetakan kemeja ya model modelan jait langsung jait jadi mungkin kalo kaos kaos batik gitu yang dijual.tapi itu menurut aku juga lumayan apa yaaa itu bisa digunakan untuk ketika kita nongkrong atau mainmain sama temen temen itu lebih terkesan non formal gitu.. kalo kemeja kan memang terlepas dia batik atau engga dia emang terkesan untuk acara formal maupun semi formal kan mungkin untuk kaos sih...soalnya sejauh ini memang atau mungkin aku yang kurang cari ya..kaos itu kayanya masih kurang variasi nya...juga sih...jadi kalo misalnya ditanya sepakat atau engga untuk saat ini...yaa sepakat memang seperti itu gitu...yang terjadi memang seperti itu... tapi yaaa harapanya tidak menjadi seperti itu lagi...gitu..

A : Tapi selama ini kamu pake batik itu diacara resmi aja atau acara acara biasa kamu pernah pake batik...?

B : Eee pernah diacara biasa... kuliah itu kan termasuk resmi yaa

A : Tapi kalo main main sama temen2 atau hangout itu

B : Kalo hangout belum pernah sih sebenarnya kalo untuk pake batik...

Karena mungkin ngga sesuai sama itunya kali yaa, karena kemeja kaya ngga sesuai sama situasinya

Iya soalnya saya juga kalo untuk hangout atau nongkrong itu memang pakaiannya bener bener non formal gitu jadi..agak susah kalo pake batik...

A : Oh iyaa iyaa

Oiyaa, oiya mif aku masih mau nanya kan di bem itu salah satu pionir yaa gerakan pake baju batik, itu ngaruh bgt ga si di kalangan2 mahasiswa FEB terutama?

B : Kalo untuk kalangan mahasiswa FEB eee sepenngamatan saya cukup berpengaruh sih..jadi emang ada yang nganggap apalagi itu kemaren sempet jadi salah satu program dari pengenalan kehidupan kampus untuk mahasiswa baru jadi di hari jumat mereka juga wajib menggunakan baju pakaian batik kan, itu cukup berpengaruh jadi tidak apa namanya...semacam ada kesetaraan yang sama gitu ya bagi yang menggunakan batik sehingga mereka tidak minder untuk menggunakan batik gitu..

Jadi yaa cukup berpengaruh untuk temen2 sekitar kami udah mulai banyak yang menggunakan batik.. bahkan di selain hari jumat juga mulai ada gitu...

A : Emmm oke oke, tp kemaren kalo ngga salah juga ada itu yaa..membatik kalo gasalah... itu dari departemen mana tau ngga? Kaya membatik di kampus...

B : Kalo itu dari departemen ... sosial masyarakat dan lingkungan hidup...

Ooh sosma...

A : Atau pora?

B : Eh ato pora yaa?

Kayanya pora deh ... Oiyaa pora... yaya...

Kayaknya... maaf maaf...

A : Oiya gapapa...manusia ga luput dr salah kok..

B : Iyaa benar sekali... udh lama soalnya saya udah ngga bem lagi...

A : Oiyaaa.. sekarang aktif dimana mas ?

B : Kalo saya aktifnya dii ISME jawatimur

A : Oh yaya

B : Kebetulan saya sekjen jawa timur...

A : Oiyaa luar biasa.. yaya

He'emm

Berarti memang terutama mas nya ini kan kebetulan anak organisasi aktif gitu di beberapa organisasi, itu penting ngga sih kita ini memasukkan batik dalam kegiatan dari berorganisasi itu?

B : Pentiing, penting bgt kalo itu tu jadi sekalian kita mengaktualisasikan diri kita seacar keorganisasian kita juga harus eee.. menyisipkan terkait kultur terkait budaya kita...supaya anak anak muda sekrang yang bergerak aktif itu juga tidak melupakan bagaimana.. apa namanyaa.. unsur2 budaya yang dimiliki....gitu loh..

Karena kan pada umumnya anak anak bem atau anak anak organisasi itu biasanya menjadi role model dilingkungan sekitarnya gitu kan..

Nah ketika dia menggunakan batik dalam kesehariannya bakal jadi hal yang diamati juga gitu bagi lingkungan sekitar begitu...itu sih mbaa..

A : Yaudah mungkinitu sih ya mas yaa..makasih banyak .. mohon maaf sebelumnya kalo saya dalam melakukan wawancara ada kurang2nya nanti kalo

ada hal2 yng bisa didiskusikan diluar forum nanti mungkin bisa kita diskusikan okee..

B : Oiya oiyaa boleh bgt ko mbaa klao itu... Ee mbaknya juga semnagt ya skripsiannyaaa

Lampiran 4**Arsip Wawancara Informan 3**

A : Terimakasih buat fais sudah mau meluangkan waktunya buat tak wawancarain... Jadi aku tu pengen wawancara kamu karena aku sekarang lagi penelitian terkait motivasi milenial pada penggunaan outfit batik is...

B : Oiyoo..

A : Nah kenapa aku ngewawancara kamu karena aku beberapa waktu kemaren itu memperhatikan kamu itu termasuk yang sering pake batik gitu...

B : He'em...

A : Nah sekarang mulai langsung aja ya.. kira -kira apa ajasih yang kamu tau tentang batik..

B : Yoi... terus2...

A : He'em emm.. apasih yang kamu tau tentang batik itu?

B : Oh iya..iyaa jadi yang aku tau dari batik itu... batik merupakan salah satu budaya warisan..budaya jawa...pakaian batik biasanya dulu...digunakan oleh para bangsawan... beberapa motif yang digunakan itu salah satunya parang...jadi motif parang ini setaiku...semakin tebal parang itu maka menunjukkan semakin tinggi pula derajat dia di masyarakat...saat ini batik udah jadi pakaian untuk semua kalangan...cuman... batik biasanya digunakan di beberapa acara formal tapi nggak menutup kemungkinan juga batik digunakan untuk berpergian santai... udah...

A : Hmmm.. oke okee..

Nah kira kira kamu punya berapa batik is dirumah?

B : Ha?

A : Kamu punya berapa buah batik.. hehe pakaian batik?

B : Ooh pakaian batik?

(Narasumber menghitung..) 4,5 laah

A : Limaa...itu dalam dalam bentuk kemeja dalam bentuk kaos ?

B : Baju semua....kemeja....

A : Baju semua ya?

He'em... nah biasanya...kamu kapan pake batik is?

B : Eee... pastinya itu waktu...hehe ngga onok baju kemeja biasa...

A : Oh..he'e..he'ee...

B : Cuman yang pasti tak pake itu waktu acara acara formal...lombaa... atau lagi keluar kota... trus lagi mengunjungi sodara sodara sing tua-tua ...sama beberapa kali untuk kuliah...

A : Oh...gituu...

Nah untuk...biasanya..kamu batik itu dibeliin atau beli sendiri is?

B : Semua..dibeliin...eh...iya semuanya di beliin...

A : Ee..itu ada di range harga berapa is?

B : Ha?

A : Ada di range harga berapa ?

B : Dari...setauku yo mi ya... dari 250...sampe 500an...

A : Oh oke... itu batik yang kamu punya itu.. kamu tau ngga batik print batik cap sama batik tulis...bedanya?

B : Ha?

A : Kamu tau bedanya batik cap batik tulis sama batik print ngga?

B : Tau..tau...

A : Nah itu...yang kamu punya rata rata batik apa?

B : Batik cap koyok ku... setauuku...sing print ada...sing tulis ada...

A : Hmm lebih banyak yang yang mana is ?

B : Tulis koyo e mii, soale lek cap ngga terlalu bagus juga batik e...

A : Oh oke..okee...

B : Nah tadi kan kamu menyebutkan is batik biasanya di pake di acara formal sama non formal...seberapa sering kamu make batik itu di acara non formal...?

A : Non formal kan kuliah mi yaa termasuk sering soale, eee lek dari aku pribadi memakai pakaian batik itu meningkatkan ..opo yoo.. lebih terkesan rapi lah...
Orang pake batik iku...

A : He'em..he'em selain itu..ada lagi?

B : Cuma kuliah kok mii...ngga ada yang lain...

A : Cuma kuliah aja... nah selain itu... kamu sering berarti is..pake yang batik untuk acara formal...

B : Sering...hampir selalu koyo e...lek untuk formal

A : Itu hampir selalu karena ada anjuran atau karena kamu merasa kalo pake batik itu yaa ini menunjukkan apa yaa...(budaya)?

B : Sing kedua..

A : Gimana?

B : Jawaban yang kedua

A : Em... jawaban yang kedua.. ooh oke oke
Kenapa kamu mau pake batik is ?

B : Maksud e ?

A : Kenapa kamu mau pake batik?

B : Ooh..mau pake batik...

Soale dari aku pribadi itu batik mencerminkan derajat orang, eh lek aku pribadi mik..mandang orang yang pake batik itu selain dia bangga budaya..ee...orang itu juga menganut ee...opo yoo...nilai nilai...opo..formal tapi sing masi dalam tradisi ngono loh...

A : Masih dalam apa ?

B : Tradisi...

A : Em.. he'em he'em...

B : Soale mbah mbah ku iku kalo ada tamu itu pake batik..trus solat sekalipun ngga pake baju koko minimal baju batik an..dadi batik iku termasuk pakaian terbaiklah...

A : Oh gitu...selain itu mungkin is ada lagi ?

B : Udah udah...gitu tok...

A : Emmm pernah ga sih...ketika kamu pake batik itu ada...waktu lagi ngga formal yaa...ada ngga temenmu yang kesan kaya kok pake batik sih is...ttumben bgt atau gimana...

B : Yoopo yoopo?

A : Ada ngga sih temenmu yang punya kesan kalo misalnya kamu pake batik itu kok kesannya kok pake batik, batik kan kesannya formal gitu loh...

B : Emm... Ulangi mi... bingung aku...

A : Putus2 aa?

A : Waktu kamu pake batik,itu eee ada ngga sih temenmu itu yang punya kesan batik itu masih kuno...biasanya kan dengan komentar loo.. tumben pake batik...

B : Emmm he'em...

Iku tanggapanku iku yaopo ngono aa?

A : He'e tanggapanmu kaya gimana...ada ngga?

B : Ee... setiap orang itu punya taste yang berbeda-beda sekalipun terhadap batik iku lek aku seneng warna warna sing hitam emas gelap ngono...tapi ada beberapa orang yang suka warna terang... jadi ngga terlalu mempermasalahkan sihh soale kan terkait selera...

A : Emm.. heem he'em...

Sekarang kamu ngeliat batik yang ada di pasaran gimana is ?

Masiha da kesan kuno kah?

B : Opo o2 ?

A : Sekarang kamu ngelihat batik yang ada di pasaran masih ada kesan kuno kah ? dari kamu sendiri ?

B : Ooh..he'e he'e ..

Sebenere.. ee tergantung warna e sih...kadang iku onok batik mahal ngono kan cuman warna yang dipake iku terlalu coklat terus coklat2 yang ngga cocok..kan batik yang terkesan modern kan sing warna warna berani...kaya biru hitam trus kemudian warna2 keren gitu kan... tergantung e... dimana tempat belinya..cuman sekarang sudah termasuk bagus sih batik batik yang ada sekarang... biasanya dikombinasikan iku...ee..sama motif motif yang baru..koyo batik e manchester united...batik e real madrid... gitu...bagus....

A : itu kamu biasanya liatnya dimana is ? batik batik yang kaya gitu...

B : Temenku pake...

A : emm...

B : Gitu.. beberapa pasar di solo pernah... pas jalan jalan...

A : Kalo dari media sosial... kamu tau ngga ?

B : Jarang banget aku liat outfit di media sosial...

A : Oh okee...okee...

Sekarang kan kalo aku memperhatikan, batik itu kurang punya ruang fashion gitu..diklangan milenial kaya kita.. kamu setuju ngga?

B : Batik kurang memiliki ruang fashion di para milenial... iyoo soale ee...bagiku batik itu juga bukan fashion tapi untuk pembawaan diri lebih terangkat derajat ae lek jareku...soale kan aku lebih mengutamakan batik di acara acara formal..bukan acara santai...cuman ee lek fashion di tempat kerja iku termasuk bagus lah...tapi tergantung tempat kerja e juga... menganut budaya apa..lek kita bandingkan kerjanya gojek ambe di bank indonesia pasti beda kan...gojek kan terkesan anak anak e sing santai2.. tapi kalo di BI OJK batik ee itu wah bagus bagus...semua temen temenku yoo kaya e sepakat sih tergantung penggunaane dan batik e orang orang di BI itu bagus2...

A : Emm... berarti tergantung lingkungannya yah...

B : Iyo...

A : He'em2.. okede kalo gituu

Mungkin ada yang mau kamu diskusikan terkait batik is.. ?

B : Opo yo... gaero aku mi wkwk

Gaada... hahhaa

Guduk orang fashion soale...

A : Ngga soalnya tuh kalo aku tu kan kadang mikirnya kenapa si kita2 tu jarang gitulo pake batik di hari2 biasaa... tapi ..karena menurutku batik itu kan yoo pakaian2 kita yang perlu kita lestarikan gitu.. ngga cuman acara2 formal... kan waktu acara formal kan berarti acara2 tertentu aja...gitu...

B : Tapi kalo batik e bagus sakjane yoo pantes2 ae sih.. aku beberapa kali kalo mau presentasi mesti batik an kok...

A : Emm.. heem heem... Karena itu menunjukkan anu yaaa... opo.. hmm

B : Karismaa koyok e..

A : Emm nah iyaa kharisma.. wkwk karisma tersendiri kali ya...

B : Tapi juga kan karena kita budaya campuran juga kan... di daerah kampus iki ...orang batik an itu jarang bgt memang...

A : Kira-kira karena apa is ?

B : Yo karena orang jawa e dikit.. sekarang yang punya batik kan jawa tengah jawa timur jawa barat adasih... mega mendung cuman kan koyo jarang bgt orang jawa barat kesana... apalagi pake batik.. sejenis pakaian daerah lah kalo batik.. aku gorong eroh batik kalimantan..maluku..belum pernah tau aku...

A : Emm.. oyasih sebenarnya ada... sebenarnya ada sih is cuman mungkin karena kita kurang pencerdasan terkait batik kali ya.. kamu setuju gaaa

(suara to'a masjid)

B : Yaopo?

A : Mungkin karena kita milenial sendiri itu kurang ada pencerdasan pecerdasan terkait batik...padahal batik kan sebenarnya kan tersebar kan... diseluruh indonesia...

B : Iyo... kurang ono kebanggaan ae lek pake batik...

A ? He'e... kira2 cara menumbuhkan kebanggaan itu gimana is ?

B : Ha?

A : Cara menumbuhkan kebanggaan itu sendiri...

(gangguan koneksi)

A : Kira2 gimana cara numbuhin..ee kebanggaan kita mau pake batik itu gimana ?

B : Gajelas mi...

(koneksi terputus)

B : Numbuhin kebanggaan pake batik a ?

A : He'em...

B : Iyo?

A : Iya bener..

B : Oh..sebenere...sesuatu yang menurut pribadiku subjektif cara terlihat keren itu ee... lek ee orang mandang saat seseorang itu bergerombol..jadi ini ndek bisnis pisan se... kadang kadang kita itu...perlu ee.. saingan atau orang orang yang sama terhadap taste kita agar kita kelihatan keren.. contoh e...opo o kok kopi sing ndek warung2 sing dewean iku sulit terlihat berkembang daripada sing nde pujasera karena saat kita liat pujasera akan banyak pilihan.. podo koyo ndelok ee orang pake batik lek sing pake batik itu cuma satu dua bakal terlihat biasa ae cuma lek lihat banyak orang pake batik pada akhirnya akan ada pilihan nde kono... batik opo sing apik...koyo.. yoo memang perlu..batik e itu memang diperlukan untuk memperlihatkan bahwa batik iku tetep bisa eksis dan bagus ...

A : He'em iya iya iya... berarti mungkin perlu ada aturan yaa untuk ita harus pake batik di hari pa gitu...

Perlu ga kira2 ...

(gangguan koneksi)

A : Berarti perlu ada anjuran atau himbauan gitu ngga sih dari pemerintah...

(koneksi terputus)

(Berpindah komunikasi melalui voice note...)

(Peneliti mengulangi pertanyaan...)

Jawaban :

B : Eee..emmm kalo menurutku engga soale ketika kita menganut negara demokrasi itu ada kebebasan, dalam menyampaikan pendapat kebebasan... termasuk berpakaian iku ngga bisa diatur oleh pemerintah karena pasti alasane pakaian ngga menentukan apapun output apapun...terhadap produktivitas atau apapun... cuman kan yang perlu ditekankan kan kesadaran memakai batik nah itu yang sulit didapat oleh orang2 pada akhirnya kalo menurutku bagaimana batik itu di modifikasi agar sesuai dengan zaman sekalipun budaya2 seperti gamelan angklung..kalo gaono modernisasi terkait nada atau gaya maineee pasti orang2 juga akan bosan hal yang modern sekalipun koyo semisal rambut mohawk opo sepatu cat lek nggada pembaharuan kedepan e terkait motif atau fungsi atau lainnya semua juga akan terhapus oleh zaman... jadi yoo mau ga mauu budaya itu tersebut yang harus menyesuaikan bukan kita yang menyesuaikan

A : Oh ok ok paham...nah kamu sendiri tiap satu minggu tiap satu minggu itu berapa kali pake batik is ?

B : Tiap minggu aa mii, lek aku kan tiap hati mesti ganti kemeja dua kali lah dari senin sampe jumat ...tiga kali mah jarang2 ...dua kali paing seering...

A : Okey nah sekarang kan anak2 generasi milenial era nya udah digital nih eranya pake sosmed nah di sosmed sendiri kan banyak influencer nih nah kira2 influencer punya peranan ngga sih is dalam ee ngenalin budaya batik sehingga kita2 tuh bisaa mau gitu pake batik..

B : Punya banget... pada akhirnya kan seperti lek menurutku diawal semakin banyak orang pake semakin banyak orang suka keren laah.. pasarane dari trend... kan influencer itu dr trendcenternya orang2 ntah itu dalam fashion atau hal lainnya... saat influencer..trendcenter ini menjadi mencontohkan diri memakai batik pada akhirnya semua akan merasa itu aja keren kenapa aku ngga bisa ngono lo...bisa..bisa.. influencer memegang salah satu peranan penting orang suka memakai batik...

Lampiran 5**Arsip Wawancara Informan 4**

A : Assalamualaikum wr.wb

B : Waalaikumsalam wr wb

A : Sebelumnya terimakasih banyak buat audia sudah mau meluangkan waktunya untuk aku wawancarai jadi gini di sebelumnya sekarang itu aku pengen wawancara tentang motivasi milenial mau menggunakan produk atau outfit batik, nah kenapa aku mau wawancarain kamu karena yang aku perhatikan beberapa waktu belakangan audia tu rajin pake batik.

B : Oiya

A : Nah aku tu pengen tau apa yang melatarbelakangi audia, nah disini apa namanya itu kamu paparkan sejujur-jujurnya gapapa, kamu paparkan sepanjang-panjangnya juga gapapa. Nanti kalo misalnya ada yang mau kamu tanyakan kamu bisa tanyakan setelah sesi eee aaapa wawancara ku nanti

B : Okee

A : Nah oke, yang pertama ni di aku pengen nanya sebenarnya apasih yang melatarbelakangi kamu mau pake baju batik gitu?

B : Eee sebenarnya awalnya kan emang apaya aku tu pernah denger-denger berita dari pemerintah kalo ada anjuran pake baju batik tiap hari apaya kamis apa ya kalo ga salah

A : Jumat

B : Iya jumat ya? Nah kebetulan itu di FEB nya itu sama BEM itu kan ada gerakan FEB berbatik.. nah jadi aku sekalian ikutan pake batik itu tiap hari jumat FEB berbatik

A : Oh gitu, selain itu ada lagi ngga? Selain karena anjuran..

B : Eee.. ya karena emang suka aja sih pake batik trus kan kalo misal di hari hari biasa pake batik sendiri keliatannya kaya agak aneh gitu
Nah itu kan karena kebetulan emang suka pake batik trus juga ada anjurannya ya jadi kan rame-rame sama orang-orang pake batik semua..

A : Yang kamu suka dari batik itu sebenarnya apasih di? Dari motifnya kah? Dari misalnya coraknya kah? Atau apanya?

B : Eem, kalo aku suka emm, aku apa saya ya?

A : Terserah santuy..hehe

B : Oiya kalo aku sih pertama senengnya dari modelnya dulu nah terus kalo modelnya, nah ini aku jabarin ngga modelnya apa gimana?

A : Gapapa, jabarin aja... eheheh

B : Oiya , kalo aku tu sukanya pake batik tu yang lengan panjang cuman kalo cewe itu kebanyakan yang lengannya 3/4 yah..
Nah jadi kalo ada, batik yang lengan panjang tu aku suka..sama dia itu gayanya itu ee engga apa namanyaa kebawahnya itu agak ngembang gitu..

A : Ooh, kamu suka yang itunyaa..

B : Iyaah, trus modelnya kalo suka, diliat lagi dari coraknya.. aku tu suka tu coraknya warnanya itu gaa yang nge jreng tapi warna warna yang eee mainstream sih kaya misalnya coklat, atau ada merah tuanya sedikit ada ijo2 nya sedikit laah

A : Eemm, kamu sendiri punya batik jumlahnya berapa di ?

B : Batik.. emm aku selama di malang itu ada bawahan batik ada 3, sama atasannya itu aku ada 4

A : Waaw lengkap yaa buuk, ehehe luar biasa...emm biasanya kamu beli batik dimana di?

B : Eem orang tua dulu beliin batik pernah di pasar majestik, sama batik danar hadi ada

A : Eemm kamu sendiri kan suka kan ini suka sama batik, tapi kamu sendiri sebenarnya batik kek asalnya dari mana, asal usulnya kaya gimana , tau ga si ?

B : Eeee... gatau... tapii batik tu banyak kan ya dari berbagai macam provinsi ada batiknya sendiri...

Cuma kalo sejarah awalnya aku gatau ...

A : ee tapi kamu paham kan kalo misalnya batik ini dari pekalongan, atau dari jogja gitu.. kamu istilahnya apa yaa.. memperhatikan ngga hal hal yang kaya gitu...

B : Eeemmm....nggak, nggak terlalu memperhatikan si cuma kan biasanya tiap lokasi itu ada corak batiknya tersendiri gitu

Nahh, cuma itu yang aku ga hapal

A : Gapapa, berarti kalo kamu beli itu pokoknya kamu cocok sama modelnya dan coraknya kamu ambil gitu..

B : Iyaa

A : Eemm, berarti bukan atas dasar kamu suka corak nya daerah ini daerah itu...

B : Enggak..

A : Kalo kamu sendiri itu intensitas, pake baju batik dalam satu minggu itu berapa di? 1 - 10 ..

B : Mksdnya gimana kalo intensitas...

A : Maksudnya kalo sesering apa.. 1-10, kalo 1 itu misalnya ngga pernah 10 itu udah sering bgt kamu pake...

B : Ohh engg sering bgt rutin seminggu sekali.. 10 10

A : Sering sekali? Berarti 10 yaa? Mantipss kwkwkwk , eemm bentar apalagi yaak eem. Berarti kamu kalo pake baju batik itu cuma kalo ke kampus aja di ?

B : Sejauh ini iya..

A : Kalo acara...

B : Engg iya tapi kalo misalnya ada acara diluar yang... ee formal atau ada dresscode batik aku pake batik.

A : Menurut kamu kenapa si di baju batik itu sekarang itu gaterlalu diminati... samaa...generasi kita sama milenial ?

B : Emm mungkin ini kali yaa sekarang kan trend fashionya udah berubah, engg sekarang apa yah.. yaa pokoknya dari trend fashionnya si.. mungkin karena ada jenis pakaian baru trus orang-orang ada yang lebih seneng pake yang itu dibanding batik, batik kan mksdnya kan yaa kayak yaa gitu gitu ajaa..

A : Yang masi terkesan kurang berkembang gitu ya model modelnya..

B : Iyaah.. kalo menurutku..

A : Tapi kamu kalo engg apaa.. sadar ga si kalo sebenernyakalo emang ee milenial sekarang itu jarang pake batik, atau kamu punya opini lain..

B : Apaa.. gampang apaa.. tadi agak ee... Mksdnyaa anak milenial, generasi kita tuh jarang pake batik atau kamu punya pandangan lain..

B : Engg menurutku... kalo misalnya buat eee... kalo misalnya gaada anjuran kaya.. aku liatnya dr lingkungan kampus yaa
Kalo misalnya kayanya gaada anjuran FEB berbatik gitu kayanya bakalan jarang deh yang pake...

A : Eem gitu yaa..

A : Kra-kira apa yaa di mksdnyaa.. selain karena fashion itu tadi... atau karena rasa kurang memiliki atau.. apa gitu.. misalnya faktor budaya atau apa gitu itu.. mempengaruhi gaak ?

B : Eeemm...

A : Menurut kamu ae...

B : Kalo menurut ku mungkin engg apa yaa.. dari kemauan diri sendiri nya juga kurang sih.. soalnya kan aku pengen baju batik juga karena pengen... kalo menurut aku sih batik kaya keren gitu.. cuma kalo, gatau ya kalo buat orang lain..

A : Emm heem.. paham..paham...

Kamu biasanya beli batik tu online atau offline di ?

B : Beli..offline, belum pernah beli di batik online

A : Belum tau berarti kamu kalo... butik butik yang.. onlen yang..untuk batik kamu belum tau?

Atau udh ada..

B : Belum..belum tau...

A : Sebenarnya di jakarta ada sih dii, tp dia tu kekinian bgt gitu loh modelnya.. namanya itu LAROSA

B : Aku belum pernah denger.. wkwk (narasumber ketawa)

A : Tapi, belum pernah denger ya.. itu dijakarta..

Tapi menurutmu model-model batik sekarang itu masi ada kesan kesan yang nggak berkembang dengan era sekrang ngga sih ?

B : Apanya yang ga berkembang?

A : Ee.. modelnya..modelnya..

B : Eee... kalo tapi aku pernah nonton berita sih...

A : He eh kenapa?

B : Kalo ada yang...orang yang apa.. nyetak batik ee..nyetak batik tapi modelnya tuuh gaa yang kaya tradisional dulu tapi aku lupaa ee gambarnya itu apa..

A : Berarti udah ada.. apa namanya.. udah ada perbaikan inovasi yaa dari produsen setau kamu..

B : Iyaa..yaa ada, iya setau aku ada inovasi di coraknya itu lah

A : Heem.. nah sekiranya nih kamu punya ide atau apa gitu.. yang bisa kamu sampaikan ke produsen.. kamu mau ngomong apaa untuk khususnya batik sih , ini batik ini harusnya kaya apa.. yang sekarang Itu.. biar bisa diminatin sama generasi kita...

B : Ee.. mungkin ee.. dari modelnya kali ya.. kalo sekarang kan ee yang kebanyakan aku liat ee batiknya.. ee biasa. Mksdnya biasa aja paling kaya kemeja.. trus paling buat perempuan cuma dress batik tapi yang gayanya biasa..aja .. nah mungkin itu nanti bisa lebih..di ngikutin yang baju sekarang mungkin batiknya bisa di yah ntah talinya satu doang .. apaa jadi kek gimana.. atau kaya buat yang.. laki-laki ada kaya celana batik tapi yaapa yaa, lebih bagus gitu loh.. soalnya aku tu pernah liat itu tu kaya gayanya itu kaya agak norak gitu...

A : (Peneliti tertawa) hehehe

B : Jadinya ngeliatnya kaya..kok gini..

A : Iyaa kaya absurd juga ya mau pake..

B : Iyaa jadinya keknya orang yang pake cowo cowo pake celana batik tu kaya batik buat dirumah gitu deh, gaada batik yang buat hangout keluar gitu..

A : Heem heem heem..

B : Nah tapi itu di, aku tuh beberapa waktu lalu tu juga ngobrol sama anak tak tanyain..kenapa kamu gamau pake batik karena masih ada kesan kuno, kamu sendiri ..

A : Masih ada gaa sih kesan kuno iitu sendiri?

B : Emm ada, tapi aku suka yang kuno kuno sih wkwk jadi gapapa...

A : Oh selera.. berarti masalah selera yaa..

B : Yaaa... yaaa bener selera...

A : Heem heem, nah terus terkait harga kamu biasanya beli batik di range harga berapa?

B : Ee.. kalo yang dulu aku pernah aku beli di pasar majestik masih lumayan murah sih kaya cuman.. antara 150 sampe 250 an lah.. itu masih okee

A : Cuman kan kalo waktu aku beli di danar hadi kan emang batiknya tuh yang kaya premium... gitu kan..

B : Heem iya. Heem..

Cuma karena dia bagus juga.. tokonya juga bagus jadi walaupun harganya waktu itu range kaya 600an itu masih oke gitu loh walaupun kualitas..tapi kualitasnya bagus..

Lampiran 6

Arsip Wawancara Informan 5

A : Sebelumnya terimakasih banyak buat dina karena sudah mau menjadi salah satu respondenku.. ee kenapa aku mau memilih dina sebagai respondenku karena beberapa waktu kemaren tu aku memperhatikan dina, dina itu salah satu mahasiswa yang sering bgt pake batik..... jadi aku merasa eee relate aja gitu kalo misalnya wawancara ke dina.. dan kebetulan penelitian yang sekarang yang tak kerjakan adalah penelitian terkait batik judulnya itu motivasi milenial terhadap penggunaan produk outfit batik kayak gitu... naah kemudian yang mau aku tanyain nih..apa saja sih.. yang pertama yaak...apa aja sih yang kamu tau tentang batik ?

B : Kenapa?

A : Apa aja yang kamu tau tentang batik?

B : Ohh, kalo batik yang aku tau.. di ini kan..termasuk salah satu kebudayaan indonesia..

Dan yang aku tau juga disetiap daerah itu, mereka punya masing-masing ciri khas batiknya ...

A : Yayaya....selain itu ada lagi kah?

B : Terus... eeem...
(koneksi terputus)

A : Halo assalamualaikum, maaf ada gangguan sinyal...

B : Oiya..

A : Nah boleh dilanjutkan...

B : Oiyaa..

A : Tadi selain kebudayaan? Apa lagi yang ee dina tau tentang batik ?

B : Eeee...apa yaa.. batik itu dalam motifnya itu..punya cerita nya masing-masing dari setiap daerah

Tapi itu aku belum..belum pernah apa ya... tau lebih lanjut sih mengenai itu...cuma aku sekedar tau aja..

Terus.. ee..kalo...kalo tentang batiknya itu... apa yaah itu ajasih kayaknya yang aku tau..

A : Okeey...

Emm.. kira kira dina punya berapa outfit batik yang dipunya ?

B : Emm yang aku bawa yah?

A : He'em..

B : Ke malang ini ada outernya 3 4 baju batiknya 1 kemeja 4 5 6 7, 8 deh keknyaa..

A : 8 jenis outfit batik...

B : He'e.. itu yang ada di malang

A : Berarti yang ada dirumah?

B : Kan aku domisili bekasi... (gangguan koneksi)

A : Yang dirumah banyak ?

B : Yang dirumah banyak.. terus aku juga punya banyak kain-kain batik gitu soalnya...kalo ke pameran kadang suka...tapi masih dalam bentuk kain gitu belum dijait...

A : Ohh. Iseee...

Dina termasuk suka batik ya?

B : Hah?

A : Dina termasuk orang yang suka batik ?

B : Iyaah..suka

A : Yang kamu suka dari batik itu apa?

B : Yang aku suka itu dia otentik, kayaa...punya nilai seni kan yang pertama..

A : He'em..

B : Trus kalo untuk dipake ke kampus itu untuk acara acara resmi masuk gitu... Dengan model apapun...

A : Yayaya...

Tapi kamu pake batik itu berarti diacara resmi aja atau ... atau di hari2 biasa?

B : Iya kalau untuk ... ee itu biasanya aku pake ke kampus sih..

Karena biasanya kan kalo aku udah keluar rumah pasti baju aku ee biasanya resmi gitu...mkstdnya kaya kemeja ,... atau pake outer gitu...kecuali kalo misalnya..kalo keluar yang dekat2 gitu kan biasanya cuma pake sweater gitu gitu

A : He'em...he'em...

Menurut kamu eeee batik itu identik dengan sesuatu yang resmi gitu ga sih?

B : Eee...sebenarnya siih.. kalo menurut aku iya lumayan identik dengan sesuatu yang resmi..karena ee ketika rata rata yaaa yang aku liat sih sampe sekarang ketika ada acara yang resmi itu ada dresscodenya batik gitu.. jadi... ada terkesan resminya gitu....

Contohnya kalo...

Contohnya kalo kaya di kampus aja kan misalnya ada acara apa gitu...eee dresscodenya batik yaa.. jadi kaya biar seragam gitu...

A : Emmm.. heem heem...

Selain itu ada lagi? Yang membuat kamu jadi terkesan batik itu sebenarnya emang untuk formal...

B : Kenapa?

A : Selain itu ada lagi ngga ?

B : Selain itu...juga kalo misalnya ada acara yaa pesta pesta gitu...kalo dirumah sih biasanya papa aku pasti seringnya pake batik

A : Emm.. heem heem...

B : Jadi yaudah...kaya dapet kesan resmi gitu...

A : Oiya...

Terus itu, kamu pernah ga sih pake batik tapi kamu lagi ngga diacara resmi gitu ?

B : Eeemm, pernah sih...

A : Itu biasanya di pake pas?...

B : Kalo mau.... tergantung ininya tergantung modelnya atau tergantung batiknya itu yang kaya gimana.. gitu kan batik kan punya, bisa dibilang level yaa atau apasi...bisa dibilang kaya grade dari batik gitu kan ada yang dia batik biasa, kadang kan kita pake daster itu kan juga batik kan . Eem, cuma batiknya mungkin grade nya beda dengan batik yang biasanya di pake orang ke acara resmi, gitu... aku juga sering si pake daster kalo dirumah

A : He'ee he'ee okee.. oohh berarti di motif nya aja yaa..kan kalo..mksdmu berarti kan tergantung kamu pake batik dalam posisi apa misalnya kaya outer nya berarti itu masih bisa untuk casual kaya gitu gitu yaah...

B : Iyaa, he'eh tergantung...

A : Emm... i see i see. Eeee seminggu kamu bisa berapa kali pake batik ? kira-kira.. dari 1 sampe 5..

B : Ee..kalo karena kau biasanya ke kampus yaa biasanya dari ee dalam seminggu itu kalo yang untuk ke kampus nya bisa seminggu 2 kali atau 3 kali karena.. hari jumat itu sering kan, kalo misalnya di kampus aku ada FEB berbatik eee.. fakultas ekonomi dan bisnis berbatik jadi eee ga diwajibin sih sebenarnya tapi cuma karena aku suka batik jadi aku pake setiap hari jumat gitu... terus sama kalo misalkan lagi hari hari biasa kalo aku lagi pengen pake ya aku pake...gitu.. sama sebenarnya kalo dirumah aku sering pake daster dan dasterku itu semuanya batik semuanya motifnya..

A : Iyasii bener ...bener... menurutmu dengan fenomena yang tak perhatikan kan sekarang batik itu kurang punya ruang gitu ya... ruaang fashion di kalangan kita generasi milenial...kampus itu punya peranan penting ngga sih contohnya kaya tadi FEB berbatik itu punya pengaruh besar ngga menurutmu untuk membentuk generasi milenial berminat pake batik ?

B : Menurut aku sih sebenarnya...bisa dimasukkan ke ruang-ruang seperti itu tapi...orang tuu terkesan orang tu sebenarnya kadang belum mengerti...

A : He'em... he'emm...

B : Apa yaa... batik itu tu...dan dengan memakainya itu cuman kaya oiya nih hari jumat, pake batik gitu... tapi kan kalo misalkan kita liat lagi ada batik yang emang apa ya...sesuai dengan milenial gitu...

A : He'em he'em ...

B : Jadi orang suka ngikutinnya, jadi orang ngeliatnya kaya oh ini nih bisa untuk dijadiin role model gitu untuk eee outfitt aku gitu... cuman kan sekarang orang rata rata kan cuma pake yang ada yaudah gitu...jarang orang yang kaya oh ini nih.. batik yang ini nih... bagus tau...kaya apa ya.. jadi kaya untuk eee mungkin cuma sekedar

A : Formalitas...

B : Eee... ada bukan perintah apa ya.. kaya himbauan untuk memakai batik di hari jumat cuma belum ada kaya pemberitahuan atau pencerdasan terkait kaya eeee... oini batik ini itu sekarang lagi hits... ooo sekarang batik ini tu sekarang sering di pake oleh misalnya orang orang penting gitu...jadi... ee orang ya yaudah sama batik semua batik itu sama aja gitu... kurang ada value nya gitu...

A : Iya bener bener ...

Nah terkait role model, tadi kan kamu menyebutkan role model. Kamu punya role model sendiri ga sih dalam hal fashion batik?

B : Kalo aku sih...engga ... engga punya role model... cuma aku suka kalo kaya eeeengeliat eee... apa yaa hasil batik dari... misalnya kaya batik keris tapi kan itu kan bagus bagus bgt kan ininya..terus kalo role model orangnya aku ngga ada si

cuma kalo misalkan kaya eee apa keluaran keluaran kaya dari butik qonita itu juga aku suka cuma.. eee... kalo misalkan untuk orangnya aku ngga ada sih...

A : Tapi emang jarang nggasih role model, mksdnya influencer2 yang pake batik itu menurutku juga masih jarang

A : Iyaaa masih jarang sih... bener2 masih jarang ..

Menurutmu disitu influencer punya peranan ga si ?

B : Kenapa?

A : Influencer kira2 masih punya peranan ngga dalam hal biar kita kita pengikutnya itu mau pake batik kaya gitu...

B : Sebenarnya sih bisa kalo misalnya emang mereka itu diberikan peran untuk memperkenalkan batik atau mentenarkan batik lah ibaratnya untuk kalangan kalangan milenial karena kan emang apa apa yang di influence sama influencer ini kan kena bgt gitu dikalangan..kalangan milenial...gituu.. secara milenial ini yang paling sering eeee apa namanya berinteraksi dengan media sosial kan melalui media sosial gitu...

A : Heem apalagi di era sekarang kan yaaa.. semuanya kan serba influencer apapun itu...nah kira kira kamu paling sering pake batik itu batik yang model apa mksdnya blazer kah kemejanya kah eee rok nya kah ?

B : Aku lebih suka blazer...

A : Lebih suka blazer?...

B : Kalo kadang kalo rok itu kan... cuman aku suka sayang aja gituu kalo di bawah gitu kan dia nyeret..nyeret gitu kan... kek sayang gitu rasanya...

A : Berarti kamu paling sering pake blezernya ya...?

B : He'eh..blezer

A : Karena apa tuh?

B : Hah?

A : Karena apa paling sering pake blazernya ?

B : Ada yang warna item putih ada yang warna ... hijau merah dua itu sih yang paling sering

A : Hoo, karena apa , maksudnya kamu pake sering pake blazer karena

B : Ooh...oalaah

Karena emang aku suka aja ...

A : He'e he'e ...

B : Suka motif nya suka...,trus modelnya suka dan memberikan kesan elegan aja gitu...

A : Berarti waktu kamu beli batik gitu itu yang kamu perhatikan itu modelnya dulu atau motifnya dulu din ?

B : Kalo aku biasanya dua-duanya...

A : dua-duanya...

B : Kalo aku ga suka modelnya ya walaupun motifnya bagus ngga akan bakalan aku pilih.. kalo misalnya modelnya..apaa motifnya bagus... apaaa modelnya bagus motif nya aku ngga suka ya ngga bakalan aku pilih...jadi harus 22 nya...

A : Heem heem, tapi motif yang paling kamu suka apa si? Model yang kaya apa?

B : Eee...batik yang sekarang ini yang lebih simple yg kaya cap cap, warnanya bewarna itu.. apasi itu namanya itu namanyaaa?

A : Yang apa?

B : Yang batik yang dua warna gitu jadi dia , misalnya pink sama cream motifnya itu cap gitu...

Sama kaya gitu..

A : Oh i see isee ..

B : Kalo warnanya sendiri kamu suka warna warna kaya apa din?

A : Yang sekarang yang sukanya yang pastel pastel gitu....

B : Yang pastel pastel yah...

B : Iya itu kan warna milenial bgt ya... hehehe

A : Iya warna milenial bgt... Iyasi bener bener bener...

Berarti batik yang paling kamu suka model blazer . nah kira kira nih eeee kalo kamu bisa ketemu sama produsen batik kira kira yang kamu pengen sampein apa... sebagai konsumen batik... ?

B : Ehm... untuk produsen batik, untuk produsen nya yah..

A : He'em pengen batik yang kaya apasih kamu ?

B : Ooh.. eee sebenarnya sih kalo misalnya untuk pengen yang sekarang. Aku sih yang kaya pengen aku sebutin itu aku suka yang model2 kaya gitu cuma kan kalo produsen ini kan dia eee beda beda kan...kalo.. ada yang dia cap, ada yang dia tulis. Aku juga suka yang tulis cuma kan yang tulis ini kan mahal yah..

A : Yaa bener..bener... yang kalo kemampuan kita kan yang cap sama yang print itu kan...

B : Kenapa?

A : Yang kalo segmen nya kita harga nya tu harga harga yang cap sama yang print...

B : Yaa yaaa yang cap, sama yang print. Cuman aku eee lebih suka yang cap karena ada nilai seninya gitu... kalo print kan

A : Iyasi bener emang kaya gitu..

B : Tapi kalo saingan mungkin lebih di sesuaikan aja ke sarannya aja ini, misalnyaa ini memang batik ini sarannya milenial berarti warnanya harus disesuaikan dengan eee apaa dengan segmen pasar nya gitu..

A : He'ee he'eee Oh i see iseee

B : Cuman kan kadang kalo misalnya orang tua kan beda lagi yah selera nya kan

A : He'e bener

B : Tergantung sih sasaran nya juga, kadang aku sih sama mama aku suka beda selera gitu kalo misalnya milih .. motif batik gitu hehehe....

A : Kan jumlah batikmu itu banyak, kamu tu mulai kapan sih suka batik ?

B : Aku suka batik itu mulai dari.... dari... kapan yaah... udh ... sebenarnya kan dulu kan di pondok kalo misalkan suka nya sih sebenarnya biasa aja.. cuman semenjak aku lulus dari pondok itu aku mulai suka sama batik apalagi cocok untuk di pake ke kampus gitu...

A : Suka batik itu karena kamu suka sendiri atau kamu ngelihat orang nih,kok bagus yaa batik yaa...jadi kamu kaya ah pengen ah kaya gitu...

B : Aku... karena aku suka sendiri aja.. trus kaya itu sih kaya otentik indonesia bgt gitu....

A : Bener2...punya misi itu ya kamu berarti.. melestarikan wkwk anjay..

B : Iyasih kek tersirat gitu sebenarnya...

A : Iyaaa bener2 soalnya emang, emang jarang yang tak perhatikan bahkan..kemaren waktu aku magang itu sempet ada salah satu seniman batik malang gitu kan beli bahan batik di tempatku magang itu.. beliau itu ngomong..”dek nanti dipertahankan yaa batiknya...” karena kalo bukan kamu siapa lagi . trus aku kaya merasa punya beban moral iya ya sapa lagi ya kalo bukan kita ...

B : Iyaah..

Lampiran 7

Arsip Wawancara Informan 6

A : Selamat siang daus, sebelumnya terimakasih banyak sudah mau meluangkan waktunya untuk saya wawancarai, jadi aku pengen wawancarain kamu terkait dengan motivasi milenial pada penggunaan batik, kenapa aku mau wawancarain kamu karena kamu salah satu mahasiswa yang beberapa kali saya perhatikan kamu tu sering pake batik gitu... nah aku pengen tanya. Sebenarnya apasih yang kamu tau tentang batik ?

B : Oh yaya... batik itu yang aku tau, merupakan salah satu warisan budaya indonesia yang dimana budaya ini harus tetap kita lestarikan gitu.. jadi kita sebagai seorang generasi milenial yang harus bangga dengan bangsanya jadi kita harus menggunakan batik ini biar budaya indonesia ini bisa terlestarikan dan bisa dikenal oleh.. ee, oleh pihak luar juga dan luar negeri gitu..

A : Selain itu ada lagi ngga? Batik yang kamu tau itu apa?...

B : Yahh.. yang aku tau mungkin setiap daerah punya batik nya masing-masing sih sesuai coraknya masing-masing dari batik madura, batik makassar, batik maluku, batik aceh..mungkin memiliki coraknya masing-masing seperti itu..

A : Okee makasih..kamu sekarang punya batik berapa us?

B : Batikku tu 3 kalo gasalah,

A : Oh ada 3? itu kaos kah atau kemeja atau apa?

B : Kemejaa..kemeja lengan panjang..

A : Kemeja semua?

B : Iya..

A : Berarti 3 kemeja semua ya..

B : Iyaa, 3 kemeja semua..

A : Biasanya kapan kamu pake batik?

B : Sholat jum'at, terus kaya acara acara kaya nikahan temen mungkin, acara acara formal kaya gitu...jadi biar kelihatan formal lah...

A : Kalo ke kampus sendiri kamu sering pake batik ngga?

B : Apa? Apa?

A : Kalo ke kampus kamu sering pake batik nggak ?

B : Kampus...paling jarang-jarang seminggu sekali kalo hari jumat, karena ini ya ada ajakan untuk apa..pake batik bareng gitu hari jumat biasanya...diadain sama BEM fakultas

A : Oh gitu.. oke oke . berarti seminggu sekali kamu udah pasti pake batik ya ?

B : Iya.. inshaAllah kalo ngga dicuci wkwk

A : Oh oke oke.. terus kenapa kamu mau pake batik ?

B : Apa?

A : Kenapa kamu mau pake batik?

B : Yaa.. batik bagus karena batik itu bagus terus nyaman aja kalo di pake, terus bisa melestarikan budaya Indonesia, seperti itu...

A : Kira2 menurut kamu sekarang batik di kalangan milenial itu kaya gimana ?

B : Ohh batik di kalangan milenial, mungkin sekarang udah banyak ini yaa, udah ngga kaya dulu2 lagi...dulu dulu kan batik kan identik dengan orang tua dsb..tapi mulai kearah sini batik mulai dikenal anak anak muda, batik berbagai motif, corak, model, ngga hanya kemeja sih, ada kaos juga, ada gantungan kunci dan lain sebagainya jadi bisa masuk ke anak anak muda sekarang gitu

A : Trus menurut kamu sendiri gimana cara menumbuhkan minat pake batik di kalangan milenial ?

B : Cara menumbuhkannya ya ini dengan mungkin dengan batik batik sekarang ngikutin model anak sekarang gitu...

Corak2 yang ngga terlalu gede, corak corak nyaa..yaa enaklah di pandang gitu.. simpel simpel biasanya anak muda sukanya kan...

A : Okee, menurut kamu deskripsi yang enak di pandang itu kaya gimana ?

B : Deskripsi enak dipandang itu yaa corak coraknya ngga terlalu gede, jadi minimalis minimalis gitu..trus warnanya ngga terlalu terang gitu...

A : Emm.. dengan warna yang kalem berarti ya ?

B : Yoi...

A : Trus.. menurut kamu media sosial sendiri punya peranan ngga dalam menumbuhkan minat pake batik di kalangan milenial ?

B : Media sosial memiliki peran yang amat besar sih terhadap anak muda tuh, jadi anak anak muda tu suka scroll2 twitter lah scroll2 instagram dan lain sebagainya itu, jadi berpengaruh sih pasti mereka “oh salah satu akun ini, salah satu selebgram ini gunain pake batik ini, keren ya pada pake batik semuanya..ngikutin orang gitu..

A : Oh oke..okee selain itu ada lagi?

B : Tidak ada..

A : Oh... ngga ada.. yaudah makasih banyak yaa daus mohon maaf mengganggu kalo waktunya, aku akhiri wawancaranya terimakasih...

Lampiran 8

Arsip Wawancara Informan Pendukung

A: Ida bener staff PORA ya ? kemaren ya ?

B : Iya

A : Staff pora nya di BEM , dan kebetulan itu kemarin aku udah melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa FEB. Yang itu kemudian mereka menyebutkan nih salah satu mereka memilih menggunakan batik itu karena ada anjuran dari kampus, nah akhirnya setelah tak telisik itu tanggung jawab dari departemen PORA ya kalau ngga salah ?

B : He'em,

A : Nah, aku mau nanya nih da ke kamu kira-kira bisa jelasin ngga, singkat aja atau ya terserah kamu tentang FEB Berbatik? Itu apa?

B : Ooh.. FEB berbatik itu reminder kepada KM FEB buat memakai baju batik di Hari Jumat. Jadi kita itu tugasnya ngingetin kepada mahasiswa FEB bahwa setiap hari jum'at itu waktunya kita pakai batik, kita melestarikan budaya bangsa. Dengan cara misalnya kaya konten-konten kaya konten inspiratif misal kaya eee... difabel buat batik yang spektakuler gitu.. terus difabel aja bisa buat batik gitu loh apalagi kita yang udah sempurna, tapi kita nggak pakai batik kan, batik kan juga warisan budaya kan. Sebagai warisan budaya kita dianjurkan untuk melestarikan, nah jadi kita pakai batik gitu...

A : Kalo boleh tau kenapa ngangkat batik, itu? Maksudnya kenapa khusus kee, kan budaya kita banyak kan apa berbagai macam kenapa yang di pilih FEB itu batik?

B : FEB berbatik itu, kita ngangkatnya karena kesadaran mahasiswa sendiri masih kurang terhadap batik. Jadi kita reminder nya kita buat, sebagai pengingat kepada mahasiswa biar mahasiswa “ayolah” ajakan untuk berbatik ayo semuanya pakai batik, sebagai ajakan...

A : Itu targetnya sendiri, emm untuk. Maksudnya targetnya itu goalnya itu seperti apa ?

B : Kan kita targetnya itu kan KM FEB kan..nah KM sendiri terdiri dari semua S1 mahasiswa FEB UB. Nah kita misal targetnya sendiri misalnya di gazebo, terus basement, terus di GKM. Nah kita lihat dari situ, dari reminder itu ada berapa persen orang yang pakai batik.. gitu... misal di GKM itu banyaklah.. misal ada 30% terus tadi di basement 30%, terus di gazebo ada 30%.

A : Itu selama ini ngaruh ngga da ke teman-teman KM FEB untuk mereka, apakah ada kemajuan gitu mereka menggunakan batik? Jumlahnya seperti apa?

B : Aku dulu sih pernah neliti mereka, pake ngisi kuesioner tentang pengaruh FEB berbatik pada mereka. Nah jadi paling banyak itu pakai batik itu mahasiswa IE itu aku neliti nya dari google form. Dari ngaruh atau tidaknya eee pernah si wawancara sekali katanya mereka itu pakai batik karena beberapa alasan yang pertamanya alesannya karena emang suka pakai batik sendiri, kedua emang karena ada reminder, ada ajakan. Nah tapi yang utama itu karena ada reminder ajakan itu sama ajakan temen gitu..

A : Berarti maksudnya goal nya udah tercapai di.. untuk apa namanya di departemen PORA sendiri?

B : Dari PORA sendiri sih buat aku, udah tercapai ya soalnya kan pas kita ngasih eee apa yaa.. jadi kita itu dari departemen PORA itu setiap 2 minggu sekali itu biasanya ngasih kaya hadiah siapa yang mau pakai batik, di spot tertentu nanti bisa dapat hadiah misalnya dapat MUG, dapat tempat pensil, susu, jadi menarik mereka.

A : Kalo yang acara2 itu rutin, maksudnya yang kasih2 hadiah rutin tiap minggu atau gimana ?

B : Yang kasih hadiah itu biasanya tiap 2 minggu sekali, jadi di departemen PORA sendiri itu ngadain iuran nah iurannya itu buat yah ngasih tadi.. nagh itu rutin sih... terus juga buat narik perhatian itu biasanya juga pake FEB Challenge, FEB berbatik Challenge.

A : FEB challenge itu apa? Berbatik challenge

B : Yaaa, FEB berbatik challenge itu mereka yang pakai batik dengan challenge-challenge tertentu. Misal challenge nya Foto Angel Terbaik yaaa, pakai Tik Tok yang lucu-lucu gitu..

A : kalo di instagram nya sendiri juga ada?

B : Kalo intagram ada.. biasanya mereka pasang emm ini hastag FEB Berbatik kuy, kalo enggak FEB Berbatik Challenge.

A : Selain anjuran untuk pakai batik, kira-kira departemen PORA sendiri menginisiasi untuk temen2 biar suka batik itu ada kegiatan lain ngga?

B : Emm biasanya itu kita ee... pakai batik, ada GERSIK. Gersik itu kan biasanya kan hari kamis kan, nah itu reminder sekalian ngajak “Jangan lupa ya rek besok pakai batik” yaa mungkin itu. Selain bersih2 kita juga koar-koar “eh besok pakai batik hari jum’at” gitu..

B : Oh gitu..selain itu ada lagi nggak misalnya kaya apa yaa? Kaya acara2 membatik gitu ada ngga di FEB sendiri?

A : Ohh, kemarin itu pertama kali sih. Pertama kali dilakuin itu ada yang namanya acara berbatik kaya kita membatik tapi langsung ke tempatnya.. karena acaranya mendadak dan juga partisipan, peserta nya juga sedikit jadi kita yang langsung kesana. Bukan kita yang undang orangnya...kalo kita ngundang orangnya pasti lebih banyak yang ikut juga banyak yang tau, tapi karena partisipan sedikit dan waktu nya mepet di tengah-tengah jam pelajaran jadi yaudah kita aja langsung kesana..

A : Oh berarti langsung ke lokasi tempat membatik nya itu ya?

B : He’eh, ke lokasinya langsung.

A : Kira-kira dapat insight apa dari membatik itu untuk temen temen FEB?

B : Apa mba? Dapat apa?

A : Emm.. dapat insight apa? Kaya dapat pandangan seperti apa ketika mereka merasakan membatik itu?

B : Katanya sih mereka ini pertama kali ya, jadi mereka itu dapat pengetahuan yang luar biasa misal bisa buktiin mana batik printing, batik cap, batik tulis... jadi

mereka itu biasanya yang memukul batik dengan rata oh ini batik pasti batik cap dll, jadi mereka tau bedanya ini batik printing, ini batik tulis, ini batik ini. Jadi keberagaman batik mereka udah tau.. trus juga proses-prosesnyaa ternyata bikin batik itu ribet yaa..jadi gitu.. yaa emang ribet. Capek juga punggung, gitu...pantas aja harganya lumayan mahal...gitu...

A : Berarti dari situ mereka jadi paham yaa terkait kenapa penyebabnya batik itu harganya tinggi dan lain sebagainya..

B : Iya..

A : Kalau boleh tau FEB berbatik itu mulai kapan ada? Kamu tau ngga?

B : Mulai dari... apa yaa kepengurusan BEM tahun sebelum aku, 2017.

A : Oh itu udh mulai FEB berbatik?

B : Iyaaa.. dimulai FEB Bebatik..tapi itu kan baru perintisannya, 2017 itu baru merintis.. 2018 itu udah mulai berkembang-berkembang ..

A : Oh gitu.. he'em he'em. Berarti di BEM sendiri tiap hari jum'at juga mewajibkan seluruh anggotanya yaa untuk pakai batik ?

B : Iyaa.. kalau dari anggotanya sendiri , staff tetapnya itu khusus pakai batik itu hari jum'at, kalau nggak pakai kita ada sanksi. Sanksinya yaa, kalau di foto, foto mereka nggak pakai batik itu dimasukkan ke grup nah itu kan buat apa yaa.. buat mereka sendiri merasa bersalah gitu mereka nggak pakai batik... apalagi aku kan jadi PJ nya, kalo mereka tau aku lewat mereka pasti minta maaf gitu.. nggak pakai batik..

A : Nah kira-kira dengan apa namanya..temen-temen selalu me reminder KM FEB untuk pakai baju batik itu pengaruhnya besar ya ? pengaruhnya besar nggak ?

B : Pengaruhnya sih besar, karena apa yaa mereka kadang-kadang kalau nggak pakai batik itu, itu kita ingetin. Biasanya Kamis malam, kita ingetin biar mereka nggak lupa..

A : Emm mungkin itu dulu yang pengen aku ketahui...

B : Kadang-kadang mereka itu alasan nggak pakai batik itu, yang pertama lupa, yang kedua itu nggak diingetin, ketiga itu dicuci, di laundry. Apasih.. di laundry pakai batik seminggu sekali hehehe (narasumber tertawa).

A : Oh iya kira-kira waktu kemarin kuesioner itu kuesioner tentang batik itu isinya apa aja ?

B : Kuesioner itu isinya itu, apa alasannya mereka pakai batik, kedua itu apa yaa.. lupa aku...batik itu apasih menurut kalian, buat diri kalian, motivasi kalian pakai batik trus juga alasan mereka, kebanggaan apa sih yang didapat kalau pakai batik?

A : Rata-rata jawabannya gimana da?

B : Rata-rata itu jawabannya ini yang pertama alasan mereka batik itu karena cinta budaya, kedua alasan mereka nggak pakai batik itu karena lupa trus kadang-kadang juga nggak diingetin padahal kami udah reminder juga tapi yaa kadang-kadang mereka juga nyeleweng. Trus yang ketiga, yaa nggak ada motivasi, motivasinya kurang. Jadi kita di BEM sendiri menginisiasi siapa yang pakai batik itu kita kasih hadiah supaya menarik.

A : Berarti dari hadiah itu cukup menarik temen-temen untuk ikut berbatik ya tiap jum'at?

B : Iyaa..., ya kalo menurut aku ya dengan adanya iming-iming hadiah kaya gitu mereka jadi ikut tertarik gitu partisipasi pakai batik... aku juga seneng sih kalau misalkan mereka pakai batik gitu, dari postingan aku yang like banyak, jadi aku bisa tau oh yang memperhatikan FEB Berbatik ini banyak kaya gitu.. trus juga liat di story2 itu banyak juga yang komen juga banyak aku juga seneng sih..jadi mereka memperhatikan

A : Kalo di PORA sendiri ada nggak sih keinginan untuk mengajukan gitu, misalnya jadi sebuah aturan tiap jum'at pakai batik. Jadi kaya diwajibkan gitu lo.. pernah ada kepikiran nggak kaya gitu... ?

B : Dulu sih karena ada evaluasi dari RAKBAR kemarin itu ada yang saranin kenapa sih batik itu nggak ditetapkan aja harinya gitu... kadang mereka tuh kasih saran bener juga sih..tapi dari pihak birokrat nya sendiri kan kalo mereka pakai baju batik kan hari Kamis... sedangkan mahasiswa FEB sendiri kalo pakai batik itu

hari jum'at jadi..kan nggak sinkron, jadi kalo mau di sinkronkan kan harus ada koordinasi dulu dengan pihak tersebut, agar satu visi gitu nantinya...(suara kurang jelas) nah BEM tahun ini sudah merancang untuk menetapkan menggunakan batik itu di hari jum'at jadi birokrat dan mahasiswa itu serentak semua pakai batik

A : Oh tapi belum sampai ke aturan yang menetapkan ya, masih sekedar anjuran ya?

B : Iyaaa belum... mungkin.. (suara kurang jelas)

A : Aku ikut seneng sih soalnya eee.. aku sendiri kan memperhatikan yaa mahasiswa mahasiswa FEB itu emang masih ada kurang untuk berminat menggunakan batik gitu, motivasinya masih kurang gitu..yah mungkin nanti saran kedepannya itu PORA bisa semakin memasivekan itusih yaa.. apa namanya reminder untuk pakai batik, karena yang menjaga dan melestarikan itu kan kita-kita gitu yaa.. siapa lagi...

B : Iyaa..kan kadang-kadang tu orang menilai batik itu sesuatu yang kuno sesuatu yang jadul gitu, padahal mereka nggak tau batik jaman sekarang ada yang di modif, ada yang pakai sandal, pakai aksesoris, tas, dan lain-lain kan jadi pakai batik bukan sekedar baju, kerudung pun juga bisa pakai batik ... jadi semuanya nggak batik semua harus baju.. engga jadi tolong deh pemikiran kuno itu dihapus aja.. heheheh

A : Itu salah satu gerakan yang dibuat PORA latar belakangnya itu juga ya ?

B : Iyaa jadi, kita juga pengen menghapus bahwa image batik itu kuno, NO. Jadi inisiatifnya sih ada batik yang dari perca batik, nah itu kan juga inovasi baru...

A : Iya mungkin itu sih da, yang aku pengen tau dari temen-temen PORA. Makasih banyak buat waktunya Ida, mungkin wawancara bisa aku akhiri yaaa....

