



MEMBANGKITKAN NASIONALISME DAN INDUSTRI KREATIF: PERAN PEMUDA DALAM PROGRAM KAMPUNG BATIK SOKARAJA BANYUMAS

Nanda Rizki Ahmad Fauzan¹, Muhammad Ilman Nafi², Dwi Fatimah³, Bayu Mitra A. Kusuma^{4*}

^{1,2,3,4} Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 13 Desember 2021

Disetujui: 14 April 2022

Dipublikasikan: 22 April 2022

Kata Kunci:

Nasionalisme,
Industri Kreatif,
Pemuda,
Ecotourism,
Batik Sokaraja

Abstrak

Perkembangan teknologi dan komunikasi digital kerap menimbulkan disintegrasi pada masyarakat Indonesia yang majemuk, terutama pada kelompok usia muda yang masih dalam proses pencarian jati diri. Masalahnya, survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia menemukan fakta bahwa pengguna internet di Indonesia 80% didominasi oleh generasi muda yang sangat rentan pada informasi hoax, hate speech, serta masuknya ideologi paham radikal yang kerap melunturkan sikap nasionalisme. Padahal membangun kembali rasa nasionalisme di era globalisasi ini bukanlah hal yang mudah. Masyarakat cenderung memilih kebudayaan baru yang dinilai lebih praktis dibandingkan dengan budaya lokal. Kini dalam bidang fashion, batik hadir untuk membangun kembali rasa nasionalisme yang mulai luntur di tengah gaya hidup modern masyarakat. Oleh karena itu, inovasi yang digagas dalam kajian ini adalah program ecotourism Kampung Batik Sokaraja yang bertujuan membangkitkan sikap nasionalisme dan industri kreatif dengan memanfaatkan peran pemuda usia produktif. Kajian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan merujuk pada teori ecotourism Megan Wood sebagai pisau analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pemuda berhasil menjadikan kawasan penghasil batik Sokaraja untuk menerapkan prinsip-prinsip ecotourism seperti melindungi lingkungan sekitar, memiliki dampak minimal terhadap lingkungan alami, sesuai dengan konteks budaya dan fisik wilayah setempat, mengurangi tingkat konsumsi air, mengelola limbah dengan hati-hati, memenuhi kebutuhan energi menggunakan alat berdesain pasif, mengupayakan kerjasama dengan komunitas lokal, menawarkan program pendidikan lingkungan, dan mengakomodasi penelitian. Keberhasilan tersebut mampu memicu rasa kebanggaan memakai batik sebagai identitas nasional serta menggerakkan perekonomian masyarakat.

RAISING NATIONALISM AND CREATIVE INDUSTRI: THE ROLE OF YOUTH IN THE SOKARAJA BATIK VILLAGE PROGRAM AT BANYUMAS

Keywords:

Nationalism,
Creative Industry,
Youth,
Ecotourism,
Batik Sokaraja

Abstract

The development of digital technology and communication often leads to disintegration in a pluralistic Indonesian society, especially in the young age group who are still in the process of finding their identity. The problem is, a survey conducted by the Association of Indonesian Internet Network Providers found that 80% of internet users in Indonesia are dominated by young people who are very vulnerable to hoax information, hate speech, and the entry of radical ideologies that often undermine nationalism attitudes. In fact, rebuilding a sense of nationalism in this era of globalization is not an easy thing. People tend to choose a new culture that is considered more practical than the local culture. Now in the field of fashion, batik is here to rebuild a sense of nationalism that is starting to fade in the midst of people's modern lifestyles. Therefore, the innovation initiated in this study is the Batik Sokaraja Ecotourism Village program which aims to raise the attitude of nationalism and the creative industry by utilizing the role of youth of productive age. This study uses a qualitative research method with a descriptive approach by referring to Megan Wood's ecotourism theory as an analytical tool. The results showed that the youths succeeded in making the Batik Sokaraja producing area to apply ecotourism principles such as protecting the surrounding environment, having minimal impact on the natural environment, according to the cultural and physical context of the local area, reducing water consumption levels, managing waste carefully, meet energy needs through passive design tools, seek collaboration with local communities, offer environmental education programs, and accommodate research. This success can trigger a sense of pride in wearing batik as a national identity and move the community's economy.

© 2018 Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mataram

✉ Alamat korespondensi:

UIN Sunan Kalijaga, Kampus Timur, Jl. Marsda Adisusipto Yogyakarta, bayu.kusuma@uin-suka.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia dalam bingkai *Bhinneka Tunggal Ika* merupakan negara dengan beragam kultur di dalamnya. Semboyan ini memiliki makna berbeda-beda tapi pada hakikatnya Indonesia tetap satu. Satu kesatuan yang terdiri dari beragam suku, ras, budaya, bahasa daerah, hingga kepercayaan. Sejak permulaan abad ke-20 saat Indonesia masih menjadi sebuah harapan atau cita-cita, tiga serangkai yang terdiri dari Edward Douwes Dekker, Tjipto Mangoenkoesoemo, dan Ki Hadjar Dewantara telah menegakkan cita-cita republik yang mendalam bahwa Indonesia ada untuk mereka yang

bersedia dan ingin tinggal di dalamnya tanpa diskriminasi (Susilowati & Masrurroh, 2018:13). Hal tersebut bermakna bahwa siapa pun yang hendak tinggal di Indonesia harus menerima perbedaan serta keberagaman yang mengiringi pembentukan bangsa ini. Karena keberagaman sudah menjadi suatu keniscayaan yang pasti ada di dalam masyarakat Indonesia. Semboyan nasional *Bhinneka Tunggal Ika* pun menjadi salah satu tanda kesadaran para *founding fathers* atau para pendiri bangsa atas realitas kemajemukan yang terdapat di Indonesia.

Struktur sosial masyarakat Indonesia yang majemuk kerap kali menimbulkan sebuah kesalahpahaman akibat dipicu adanya rasa kecurigaan. Keberagaman serta kebebasan berpendapat yang diiringi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi ini memang sangat rawan dimanfaatkan untuk provokasi yang memicu perpecahan oleh orang-orang yang minim sudut pandang serta pengetahuan akan nasionalisme. Maka tidaklah heran jika kini banyak bertebaran berita bohong (*hoax*) dan ujaran kebencian (*hate speech*) di media sosial. Berita *hoax* dan *hate speech* dapat begitu mudah tersebar dengan adanya media sosial seperti Facebook, Twitter, ataupun aplikasi *mobile phone* seperti WhatsApp, Line, Telegram, dan lain sebagainya (Palupi, 2019:69).

Apalagi situasi pandemi Covid-19 membuat masyarakat semakin mengandalkan internet dan menghabiskan lebih banyak waktu di dunia maya. Berdasarkan laporan *We Are Social* perusahaan media asal Inggris yang berkolaborasi dengan *Hootsuite*, keduanya merilis laporan berjudul *Digital 2021: The Latest Insights State of Digital* yang menyebutkan bahwa total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa mempunyai pengguna aktif media sosialnya mencapai 170 juta. Artinya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia setara dengan 61,8 persen dari total populasi pada Januari 2021. Angka ini meningkat 10 juta, atau sekitar 6,3 persen dibandingkan tahun lalu (Kompas, 2021). Kemudian menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia atau APJII, pengguna internet di Indonesia didominasi generasi yang lahir di era 1980an dan 1990an atau yang biasa disebut generasi milenial. Survei itu menunjukkan 80 persen atau sekitar 25 juta pengguna internet Indonesia adalah mereka yang berusia 25-29 tahun dan sekitar 72 persen pengguna berusia 30-34 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial paling banyak didominasi oleh kalangan anak muda atau penduduk usia produktif yang seharusnya menjadi bagian dari bonus demografi yang dimiliki Indonesia apabila dikelola secara produktif.

Dominasi generasi muda di sosial media sangat rentan pada informasi *hoax* dan *hate speech* yang sangat mudah menyebar tanpa adanya filtrasi atau penyaringan yang

cukup. Sehingga dampaknya memungkinkan adanya penggiringan opini yang dapat menciptakan perpecahan dan berkurangnya rasa nasionalisme dalam diri seseorang. Kondisi tersebut semakin kompleks dengan masuknya ideologi transnasional yang berbahaya bagi negara (Kusuma, 2018). Ideologi beraliran radikal tersebut kerap membenturkan nasionalisme dengan argumen bahwa sesuatu yang tidak ada dalilnya dalam agama tidak diperbolehkan untuk menjadi suatu acuan.

Fenomena tersebut perlu diantisipasi dengan integrasi serta partisipasi dari seluruh kalangan masyarakat untuk membangun kembali rasa nasionalisme dan meminimalisir terjadinya perpecahan karena banyaknya keberagaman. Membangun kembali rasa nasionalisme di era globalisasi ini bukanlah hal yang mudah karena globalisasi menimbulkan perubahan pola hidup masyarakat yang lebih modern. Akibatnya masyarakat cenderung memilih kebudayaan baru yang dinilai lebih praktis dibandingkan dengan budaya lokal. Dalam bidang *fashion* untuk membangun kembali rasa nasionalisme yang mulai luntur di tengah gaya hidup modern masyarakat, batik hadir sebagai jawaban atas kekhawatiran ancaman disintegrasi bangsa. Batik dinilai sebagai warisan leluhur yang memiliki kekhasan serta keunikan yang membedakan Indonesia dengan negara lainnya, sehingga *fashion* batik akan menjadi identitas yang menyatukan masyarakat majemuk yang penuh keberagaman di dalamnya.

Batik merupakan salah satu warisan budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Batik ditetapkan sebagai *Indonesian Cultural Heritage* yaitu warisan budaya tak benda oleh UNESCO tepatnya pada tanggal 2 Oktober 2009 (Iskandar & Kustiyah, 2016:2457). Batik memiliki berbagai macam ciri khas, motif, simbol budaya, dan filosofi khusus yang sesuai dengan daerah dimana batik dikembangkan. Dari berbagai daerah pengrajin batik, Sokaraja merupakan salah satu daerah pengrajin batik yang terdapat di Kabupaten Banyumas dimana produk batiknya biasa dikenal dengan sebutan batik Banyumasan atau batik Sokaraja. Keistimewaan dari batik ini adalah memiliki dua jenis batik yaitu tulis dan cap dengan karakternya masing-masing. Sesuai dengan lingkungan daerah Banyumas yang didominasi oleh hutan dan gunung, maka ciri-ciri yang paling melekat yaitu batik pedalaman yang banyak terinspirasi motif tumbuhan dan juga hewan. Selain itu dalam proses pewarnaannya, cenderung menggunakan warna tua atau gelap dengan karakter gambar yang tegas dan lugas (Audina, 2016:2-3). Karakter tersebut yang membuat batik Sokaraja menjadi berbeda dengan batik-batik dari daerah lain.

Batik sebagai warisan budaya Indonesia tidak hanya mengandung nilai estetika saja, tetapi juga mengandung nilai historis yang memiliki pesan didalamnya. Pengembangan batik selain untuk meningkatkan sikap nasionalisme diharapkan juga

dapat menjadi sebuah aktivitas industri kreatif dimana dalam implementasinya mengedepankan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu lainnya. Melalui industri kreatif produksi batik diharapkan pengembangan tidak hanya sebatas produk sandang saja. Tetapi dapat dikembangkan menjadi produk- produk yang memiliki nilai seni, keunikan dan daya kreatif tinggi seperti *education game*, *craft*, *souvenir*, hingga hiasan desain interior.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengulas sebuah inovasi dalam rangka menumbuhkan dan meningkatkan sikap nasionalisme sekaligus aktivitas industri kreatif melalui program kampung *ecotourism* batik di Sokaraja, Kabupaten Banyumas. Inovasi ini diharapkan mampu menjadi salah satu solusi dalam memaksimalkan peran pemuda di era *digital society* 5.0, menciptakan kesejahteraan bagi peningkatan perkonomian, dan terciptanya lapangan pekerjaan dengan memaksimalkan eksplorasi daya kreasi dan daya cipta yang dimiliki para pemuda. Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: *Pertama*, untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis, peran pemuda dalam membangkitkan nasionalisme melalui program Kampung Batik Sokaraja. *Kedua*, untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis peran pemuda dalam upaya mengembangkan industri kreatif melalui program Kampung Batik Sokaraja.

Sebelum masuk ke analisis yang lebih dalam, kita perlu terlebih dahulu memahami istilah-istilah kunci dalam kajian ini. *Pertama*, nasionalisme. Menurut Anwar (2014:160) nasionalisme merupakan suatu paham yang menciptakan dan mempertahankan kedaulatan sebuah negara dengan mewujudkan satu konsep identitas bersama untuk sekelompok manusia. Nasionalisme bagi negara seperti Indonesia sangat dibutuhkan, sebab paham inilah yang dapat menjaga keutuhan bangsa. Rasa persatuan dan kesatuan hanya dapat terwujud ketika seluruh masyarakat memiliki rasa nasionalisme yang kuat. Kemudian Alfaqi (2016:210) mendefinisikan nasionalisme merupakan semangat kebangsaan atau persatuan dalam perkembangannya dijadikan sebuah paham yang menempatkan persatuan dari berbagai elemen sebagai sesuatu yang vital ada dalam jiwa setiap individu yang bernaung dalam suatu komunitas. Keadaan semacam itulah yang telah diterima menjadi sebutan ideal dalam bentuk komunitas yang lebih besar. Sedangkan Hara (Kusumawardani & Faturochman, 2004:63), menjelaskan bahwa nasionalisme mencakup konteks yang lebih luas yaitu persamaan keanggotaan dan kewarganegaraan dari semua kelompok etnis dan budaya di dalam suatu bangsa. Dalam kerangka nasionalisme, sangat diperlukan sebuah

kebanggaan dimana sebuah proses yang lahir untuk menampilkan identitasnya sebagai suatu bangsa.

Kedua, industri kreatif. Industri kreatif merupakan bagian dari ekonomi kreatif, dimana dalam pelaksanaannya industri kreatif akan selalu berkaitan dengan tujuan peningkatan perekonomian. Pada umumnya, pelaku dari pengembangan ekonomi kreatif melalui industri kreatif adalah para pelaku usaha kecil dan menengah. Menurut Purnomo (2016:8) ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah seperti ekonomi, sosial, budaya, lingkungan berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia sebagai orang kreatif dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Kreativitas tidak sebatas pada karya yang berbasis seni dan budaya, namun juga bisa berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, engineering dan ilmu telekomunikasi. Industri-industri yang mengandalkan kreatifitas individu, keterampilan serta talenta yang memiliki kemampuan meningkatkan taraf hidup dan penciptaan tenaga kerja melalui penciptaan atau gagasan. Kementerian Perdagangan sebagaimana dikutip oleh Fitriana (2014:284), mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa industri kreatif tidak lepas dari usaha pengembangan ekonomi kreatif yang merupakan upaya peningkatan nilai suatu karya melalui ide kreatifitas dan keterampilan individu, guna menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dalam memberdayakan daya kreasi yang dimiliki oleh individu.

Ketiga, *ecotourism* batik. Menurut Trixie (2020:2) kata Batik berasal dari Bahasa Jawa yaitu *amba* yang artinya tulis dan *nitik* yang berarti titik. Maksud dari gabungan kedua kata tersebut adalah menulis dengan lilin. Di samping itu batik memiliki pengertian yang berhubungan dalam membuat titik atau meneteskan lilin atau malam pada kain mori. Sedangkan menurut Hamzuri dalam Prasetyo (2016:53), batik merupakan suatu cara untuk memberi hiasan pada kain dengan cara menutupi bagian-bagian tertentu menggunakan perintang lilin atau malam. Adapun *ecotourism* merupakan gabungan antara konsep pariwisata dengan lingkungan. Ini dapat dikatakan sebagai program perjalanan wisata yang bertujuan sebagai pemenuhan fungsi rekreasi maupun edukasi (Pusparani *et al.*, 2018:2). Saat ini, sektor pariwisata banyak yang dapat dijadikan sebagai sumber penting dalam perkembangan ekonomi masyarakat. *Ecotourism* dapat dikembangkan menjadi sebuah program wisata edukasi yang dapat menguntungkan

bagi masyarakat luas. Dalam penelitian ini, peneliti merujuk pada indikator *ecotourism* menurut Megan Wood (Ratih *et al.*, 2013: 3).

Pada dasarnya telah cukup banyak penelitian terkait isu pariwisata, terutama yang terkait dengan *ecotourism* maupun *edutourism*. Dari berbagai literatur terbaru, beberapa sumber yang dapat menjadi rujukan antara lain adalah: *Pertama*, penelitian Wiragasari (2020) dengan judul “Pemasaran Wisata Edukasi di Rumah Batik Lumbini, Desa Wisata Wanurejo, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian mengemukakan bahwa bauran pemasaran mampu memberikan dampak positif terhadap minat berkunjung wisatawan. Promosi yang digunakan masih menggunakan sistem tradisional.

Kedua, penelitian Trifosa dan Wijaya (2019) dengan judul “Strategi Komunikasi Perhimpunan Batik Indonesia Sokaraja Dalam Membangun Citra Kampung Batik Sokaraja”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini yaitu strategi yang diterapkan oleh Perhimpunan Batik Indonesia (PERBAIN) Sokaraja dalam membangun citra Kampung Batik Sokaraja yakni dengan mengadakan *workshop* pelatihan kepada pengrajin batik dan masyarakat, bekerja sama dengan para *stakeholder* dan juga merencanakan program jangka panjang dan jangka pendek, serta melibatkan ahli sebagai fasilitator pemecahan masalah.

Ketiga, penelitian karya Mangifera (2016) dengan judul “Pengembangan Industri Kreatif Produk Batik Tulis Melalui Value Chain Analysis”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa aktivitas utama yang memberikan nilai tambah paling besar adalah pemasaran dan penjualan. Adapun strategi *Low cost* dan diferensiasi produk menjadi alternatif strategi bagi pengusaha batik tulis dalam mengembangkan usaha.

Berdasarkan analisis pada penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa publikasi hasil penelitian terkait industri kreatif kampung eduwisata batik di Sokaraja maupun daerah lainnya sudah cukup banyak, namun yang menjadi catatan adalah belum ada penelitian yang membahas tentang isu spesifik terkait peningkatan nasionalisme dan industri kreatif melalui kampung *ecotourism* batik dengan memanfaatkan peran pemuda untuk menghadapi bonus demografi era society 5.0 sebagaimana yang akan dilakukan oleh penelitian ini. Dengan demikian maka kebaruan atau *novelty* dari penelitian ini menjadi jelas sehingga nantinya akan memberikan pengetahuan baru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2013:7), metode penelitian kualitatif merupakan metode ilmiah atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Penelitian ini akan berusaha memberikan inovasi dan mendeskripsikan tentang bagaimana membangkitkan nasionalisme dan industri kreatif melalui sinergi peran pemuda dalam program kampung *ecotourism* batik Sokaraja Kabupaten Banyumas. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun narasumber wawancara dalam penelitian ini adalah otoritas pemangku kebijakan lokal meliputi Kepala Padukuhan dan Ketua RT kampung batik Sokaraja, serta *stakeholder* lainnya seperti pengrajin batik, pemuda desa, dan masyarakat umum yang beraktivitas di kampung batik Sokaraja.

Sebagaimana teknik analisis menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Sugiyono (2017:133), terdapat empat aktivitas dalam melakukan analisis data sebagai berikut: *Pertama*, pengumpulan data, merupakan tahap awal bagi peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial atau objek yang diteliti. *Kedua*, reduksi data, adalah kegiatan merangkum, memilih, dan menyeleksi data penelitian yang diperoleh dari lapangan, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas dan sesuai dengan pembahasan yang dibutuhkan. *Ketiga*, penyajian data, adalah menyajikan data dalam bentuk uraian singkat yang bersifat teks naratif, bagan, tabel, dan sebagainya dari hasil penelitian. *Keempat*, penarikan kesimpulan, adalah hasil dari proses penelitian secara jelas, rinci dan lengkap berdasarkan data-data yang diperoleh dan telah dianalisa serta diverifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengenal Kampung Batik Sokaraja

Sejak dahulu batik telah dikenal dan berkembang sangat pesat dalam lingkup masyarakat Indonesia. Batik yang pada mulanya hanya digunakan dalam lingkungan kerajaan saja mulai meluas ke luar kerajaan seiring dengan kebutuhan dan berkembangnya zaman dari kebutuhan pribadi menjadi kebutuhan industri (Trixie, 2020:2). Batik mulai populer di akhir abad ke-18 atau awal abad ke-19. Pada tahun 1950an, batik di Sokaraja memiliki kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian. Hampir sebagian masyarakat membatik untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Batik tradisional Sokaraja bukanlah semata-mata memiliki fungsi sebagai busana tradisional manusia yang dipakai baik dalam kegiatan yang berkaitan dengan daur hidup

manusia dalam kehidupan sehari-hari, melainkan juga wujud karya ilmu rancang bernilai seni. Pemaknaan kehidupan pada alam semesta atas dengan daur kehidupan secara spiritual yang dipahami dalam terekat di jawantahkan dalam corak dan motif pada batik. Pasca krisis moneter yang terjadi pada tahun 1970, batik khas Banyumas di Sokaraja mengalami penurunan jumlah pengrajin batik yang semula berjumlah sekitar 100 pengrajin batik menjadi 13 pengrajin.

Selain itu, banyak dari pengrajin batik yang mengalami kesulitan untuk mempublikasikan hasil produk batik. Atas dasar itu bersama sekelompok pengrajin batik Banyumas, PERBAIN Sokaraja merintis sebuah Kampung Batik Sokaraja. Hal ini merupakan citra baru yang ingin dibentuk oleh pengrajin batik Sokaraja dan masyarakat setempat sebagai upaya menarik pasar dan pengunjung agar mengunjungi Kampung Batik Sokaraja (Trifosa & Wijaya, 2019:120). Melalui kampung batik Sokaraja, diharapkan dapat menghimpun para pengrajin batik di Sokaraja, lebih memperkenalkan Kampung Batik Sokaraja kepada masyarakat luas sebagai wisata edukasi dan belanja serta menjadikan Sokaraja sebagai ikon Batik Banyumas.

Secara administratif kampung batik Sokaraja berlokasi di Jalan Kauman, Sokaraja Tengah dan termasuk wilayah Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas. Pusat Kampung Batik Banyumas sendiri dibangun di bekas lokasi Balai Desa Sokaraja Kulon ini dilengkapi dengan tempat untuk workshop batik atau biasa disebut dengan Blandongan, terdapat juga galeri batik, tempat pembuatan batik setengah jadi atau biron, tempat pelatihan membatik, dan sejumlah fasilitas lainnya. Pengadaan fasilitas tersebut bertujuan agar keberadaan batik Banyumas dapat dikenal lebih luas terutama image "Kampung Batik" di Desa Sokaraja sebagai pusat pengrajin, penjualan serta wisata belanja dan berbagai hal mengenai batik Banyumas kepada masyarakat luas sesuai visi *Antebing Tekad Nggayuh Karaharjan Eling Banyumas* yang berarti memantapkan tekad untuk mencapai kesejahteraan, kenyamanan, keselamatan, yang demikian itu berpegang teguh pada kebudayaan Banyumas (Audina, 2016:4).

Wisata Kreatif, Edukatif, dan Ramah Lingkungan

Konsep *ecotourism* merupakan gabungan antara konsep pariwisata dengan lingkungan yang dikemas menjadi sebuah program perjalanan edukasi yang dilakukan oleh individu maupun kelompok. Sesuai dengan konsep ini Kampung Batik Sokaraja menawarkan sebuah tempat rekreasi ramah lingkungan sekaligus edukasi yang harapannya mampu menjadi salah satu tempat tujuan obyek wisata yang didalamnya meningkatkan pendidikan moral anak bangsa juga masyarakat melalui pengalaman

pembelajaran yang terkandung didalam Kampung Batik Sokaraja dan merupakan salah satu sumber penghasilan warga setempat dalam mencari mata pencaharian.

Potensi pariwisata yang terdapat di Kampung Batik Sokaraja yaitu daerah ini berpotensi sebagai tempat destinasi untuk membangun dan mengembangkan sebuah home industry atau usaha rumah tangga, khususnya pada industri batik. Selain menambah peluang untuk meningkatkan taraf perekonomian di keidupan masyarakat, adanya Kampung Batik Sokaraja juga berpotensi untuk mengembangkan karakter anak bangsa melalui budaya lokal yaitu batik. Melalui industri kreatif produksi batik dalam pengembangannya output yang dihasilkan tidak hanya sebatas produk sandang saja. Tetapi dapat dikembangkan menjadi produk-produk yang memiliki nilai seni, keunikan dan daya kreatif tinggi seperti dompet, tas, kemeja, gamis, dan lain-lain.

Dalam rangka meningkatkan moral kebangsaan anak bangsa juga masyarakat, batik yang merupakan kekayaan budaya Indonesia menjadi salah satu potensi kuat yang mesti dilestarikan kembali dan menjadi kebanggaan masyarakat Indonesia. Batik merupakan ciri khas Indonesia yang tentu saja mengandung segala hal tentang Indonesia. Batik bukan sekadar coretan gambar. Motif batik memiliki makna tertentu yang mulia. Jadi, batik bukan hanya indah jika dipakai sebagai pakaian, tetapi juga mengandung harapan baik bagi pemakainya. Menciptakan rasa nasionalisme berarti menciptakan masyarakat yang gigih, tangguh serta bangga akan bangsa dan negaranya. Apabila kita mengetahui makna besar di balik motif batik, dan mampu mengambil nilai-nilai positifnya, tentu kita akan bangga dengan batik Nusantara. Masyarakat Indonesia perlu mengetahui motif-motif batik dan makna yang terkandung di dalamnya. Ternyata, beberapa motif batik mengandung semangat nasionalisme yang patut kita ketahui untuk selanjutnya kita laksanakan dalam kehidupan sehari-hari. Semangat nasionalisme adalah semangat cinta tanah air, bangga pada budaya bangsa sendiri, dan selalu menjaga kehormatan bangsa. Semangat nasionalisme yang kuat akan menumbuhkan rasa cinta tanah yang kuat pula. Inilah modal utama agar bangsa kita menjadi bangsa yang besar.

Selain menanamkan rasa nasionalisme Kampung Batik Sokaraja juga menjadi pembangkit industri kreatif di tengah era society 5.0. Kampung Batik Sokaraja berupaya memberdayakan warga melalui kegiatan memproduksi batik dengan proses pembuatannya yang ramah lingkungan. Para warga dilatih menjadi pembatik-pembatik handal yang mampu memproduksi kain batik dengan kualitas terbaik. Kain-kain batik warna alam yang diproduksi akan melalui proses yang panjang, melibatkan banyak

pekerja serta dengan tingkat ketelitian tinggi, sehingga menghasilkan kain batik warna alam sesuai dengan ciri khas Banyumasan dengan kualitas premium.

Penulis melakukan wawancara yang dilakukan secara online untuk mendapatkan informasi dari narasumber. Narasumber yang berhasil penulis wawancara yaitu Bapak Dayat selaku ketua RT setempat sekaligus pengrajin batik, Ibu Ijah selaku masyarakat setempat, Pak Khasbul selaku pengrajin batik dan Fathia Dwi selaku anak pengrajin sekaligus pemuda yang tinggal di Kampung Batik Sokaraja. Dari hasil wawancara, penulis berusaha menganalisis data yang diperoleh ke dalam ciri sarana dan jasa wisata lingkungan atau *ecotourism* menurut Wood (Ratih *et al.*, 2002: 28) menuju pada jenis sarana dan jasa ekowisata sebagai berikut: *Pertama*, melindungi lingkungan sekitarnya, baik yang berupa lingkungan alami maupun kebudayaan lokal. Dalam pengoperasiannya pemuda Kampung Batik Sokaraja bukan hanya berupaya untuk menawarkan sebuah pariwisata saja namun untuk mengenalkan sebuah kebudayaan lokal berupa batik. Wisata industri yang ramah ekologi ini kemudian menjadi sarana pendidikan yang oleh pemuda Kampung Batik Sokaraja digunakan dalam melestarikan kebudayaan lokal yang mereka miliki. Hal ini dibuktikan dengan produksi kerajinan batik yang terus dilestarikan turun-temurun hingga generasi saat ini. Namun diperlukan penyuluhan kepada masyarakat Kampung Batik Sokaraja dalam pengelolaan limbah dari produksi kain batik agar lebih ramah lingkungan.

Kedua, memiliki dampak minimal terhadap lingkungan alami selama masa konstruksi dan operasinya. Dalam kegiatan operasionalnya Kampung Batik Sokaraja tetap memperhatikan lingkungan alam sekitar, hal ini dapat dilihat dalam pemanfaatan sumber daya alam terbarukan berupa air sungai yang digunakan dalam proses pewarnaan dan pembilasan kain batik dengan memperhatikan kuantitas air yang digunakan. Warga Kampung Batik Sokaraja tidak melakukan pengeboran untuk mendapatkan sumber air yang lebih banyak, namun mereka tetap memanfaatkan air sungai yang dibantu dengan pompa air dalam penyalurannya.

Ketiga, sesuai dengan konteks budaya dan fisik wilayah setempat. Regenerasi produksi batik yang dilakukan secara turun temurun menimbulkan sebuah ciri khas dari batik yang diproduksi pemuda dan warga Sokaraja. Batik Sokaraja memiliki konteks budaya yang berbeda dengan daerah lain. Sesuai dengan lingkungan daerahnya yang didominasi oleh hutan dan gunung, maka karakter yang paling melekat berupa batik pedalaman yang banyak terinspirasi motif tumbuhan dan juga hewan. Setiap pengrajin memiliki motif dan karakteristiknya masing-masing. Hal ini membuat batik yang dihasilkan dapat lebih beragam dan bervariasi.

Keempat, mengurangi tingkat konsumsi air dan menggunakan cara alternatif yang berkelanjutan untuk mendapat tambahan air. Salah satu proses dalam produksi kain batik yang membutuhkan air dalam prosesnya yaitu pewarnaan dan pembilasan. Pewarnaan dan pembilasan merupakan proses yang harus dilakukan oleh pengrajin batik agar menghasilkan batik dengan warna yang indah. Pada proses tersebut, pengrajin batik di Kampung Batik Sokaraja menggunakan pompa air dan ada pula pengrajin yang menggunakan air yang berasal dari aliran sungai yang dekat dengan lokasi kampung batik. Dua sumber air tersebut merupakan salah satu sumber daya yang terbarukan, namun masyarakat Kampung Batik Sokaraja tetap bijak dalam mengelolanya dan tidak melakukan eksploitasi secara berlebihan.

Kelima, mengelola limbah dan sampah dengan hati-hati. Dampak yang diberikan dari produksi batik bagi warga yakni adanya limbah batik berupa air rebusan batik atau biasa disebut dengan banyu dem-deman. Masyarakat setempat membuang limbah batik tersebut ke sungai mengalir. Sejauh ini, aliran sungai yang telah terkontaminasi dengan limbah batik tidak menciptakan pengaruh yang begitu signifikan. Hal ini dapat terlihat dari aktivitas masyarakat setempat yang masih menggunakan air sungai tersebut untuk kegiatan mencuci pakaian bahkan ada yang digunakan untuk ternak ikan.

Keenam, memenuhi kebutuhan energi melalui penggunaan alat dan sarana berdesain pasif (desain yang tidak banyak mengubah lingkungan alami). Proses produksi batik di kampung batik Sokaraja masih menggunakan alat tradisional. Alat-alat yang digunakan yakni canting untuk batik tulis dan canting cap sederhana yang mirip dengan stempel untuk produksi batik cap. Dengan alat tersebut pengrajin batik memerlukan ketelitian yang tinggi agar batik yang diproduksi dapat tetap disukai oleh masyarakat.

Ketujuh, dalam pembangunan dan pengelolaannya mengupayakan kerjasama dengan komunitas lokal. Produksi batik di Kampung Batik Sokaraja tidak hanya diolah menjadi selembar kain saja, namun ada juga yang berkerjasama dengan pemilik konveksi untuk dibuat sebuah kemeja dan gamis motif batik lokal. Sinergi pemuda dalam mengelola operasional kampung batik Sokaraja berbasis wisata edukasi menjadi bukti gerakan pemuda dalam ranah progresif menyongsong bonus demografi Indonesia.

Kedelapan, Mmenawarkan program yang berkualitas untuk memberikan pendidikan mengenai lingkungan alami dan kebudayaan setempat terhadap tenaga kerja dan wisatawan. Kampung Batik Sokaraja sebagai wisata edukasi menawarkan pariwisata berbasis kebudayaan yang kental dengan nilai-nilai edukasi. Sehingga wisatawan tidak hanya disuguhkan pada keindahan destinasi Kampung Batik Sokaraja

tetapi juga menambah wawasan mereka yang berkunjung dalam hal kebudayaan lokal. Kampung Batik Sokaraja juga berupaya memberdayakan warga melalui kegiatan memproduksi batik dengan proses pembuatannya yang ramah lingkungan. Para warga dilatih menjadi pembatik-pembatik handal yang mampu memproduksi kain batik dengan kualitas terbaik. Kain-kain batik warna alam yang diproduksi akan melalui proses yang panjang, melibatkan banyak pekerja serta dengan tingkat ketelitian tinggi, sehingga menghasilkan kain batik warna alam sesuai dengan ciri khas Banyumasan dengan kualitas premium. Corak batik yang dikembangkan dan diproduksi adalah pengembangan dari corak Banyumasan yang sudah ada sebelumnya.

Kesembilan, mengakomodasikan berbagai program penelitian dalam rangka kontribusi kegiatan *ecotourism* terhadap pengembangan berkelanjutan wilayah setempat. Dalam meningkatkan minat wisatawan datang ke kampung batik Sokaraja, tentunya diperlukan penawaran program-program yang menarik. Edukasi menjadi poin utama agar wisatawan yang datang tidak hanya menikmati keindahan dari kampung batik saja, tetapi mereka juga dapat mempelajari budaya dan kearifan lokal yang ada di Kampung Batik Sokaraja. Hal ini membuat Kampung Batik Sokaraja memiliki daya tarik bagi para akademisi untuk melakukan penelitian dalam rangka memberikan analisis perkembangan batik sebagai kebudayaan lokal di masa globalisasi.

Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan

Program yang dimiliki oleh Kampung Batik Sokaraja untuk meningkatkan daya tarik wisatawan diantaranya yaitu: *Pertama*, mengadakan kegiatan *extravaganza* yang di dalamnya berisi pameran kain batik serta kerajinan-kerajinan yang dibuat dari kain batik sebagai acara tahunan untuk mempromosikan batik lokal kepada khalayak umum. *Kedua*, program belajar membatik dalam sanggar batik. Melalui sanggar-sanggar batik, Kampung Batik Sokaraja berupaya memberikan pengajaran membatik kepada sebanyak mungkin orang, baik anak-anak maupun dewasa. Sasaran peserta sanggar ini adalah anak-anak di lingkungan Kampung Batik Sokaraja dan sekitarnya. Program belajar batik menjadi salah satu daya tarik utama Kampung Batik Sokaraja sehingga warga Banyumas dapat belajar batik tanpa harus pergi jauh ke daerah lain. *Ketiga*, membuka gerai batik. Gerai Batik Kampung Batik Sokaraja akan berupaya menghadirkan sebanyak mungkin gerai-gerai atau toko-toko batik yang menjual kain batik atau pakaian batik yang siap pakai. Menjual batik di rumah diharapkan menjadi peluang usaha utama atau usaha sampingan bagi warga setempat sebagai salah satu cara meningkatkan penghasilan.

Selain itu, dengan didampingi oleh para pemuda setempat, para pengrajin batik mulai mengenal *market share* atau komunikasi pemasaran. Salah satu pengrajin batik yang bisa menjadi rujukan adalah Anto Djamil (Furaedah, 2016). Rumah Batik Anto Djamil secara cermat melihat peluang bahwa wilayah Sokaraja secara umum cukup strategis sehingga display pemasaran dapat dilakukan dengan mudah. Namun di sisi lain Anto Djamil juga melihat kelemahannya bahwa lokasi outlet yang dia miliki kurang strategis bila dibandingkan dengan outlet yang lain. Sehingga adanya program Kampung Batik Sokaraja ini akan sangat membantu pemasarannya. Fungsi kehumasan program ini yang dikelola oleh para pemuda benar-benar menjadi jembatan para bagi para pengrajin untuk mendatangkan pengunjung (Audina, 2016). Hasil dari program tersebut memberikan identitas visual baru yang kemudian diterapkan pada berbagai media promosi yang dapat menjangkau konsumen seperti *billboard*, *print ad* pada media cetak, *website*, media sosial seperti facebook, dan lain sebagainya (Astuti, 2018). Kini harga Batik Sukaraja semakin bagus, misalnya penjualan satu motif klasik bisa dibanderol mulai dari 200 ribu rupiah hingga 1 juta rupiah. Dari segala aktivitas ini, ada dua hal yang jelas bisa didapatkan, yaitu menggeliatnya ekonomi kreatif bagi para pengrajin dan semakin kuatnya batik sebagai identitas nasional di bidang *fashion* yang menambah kecintaan pada tanah air.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kampung Batik Sokaraja menghadirkan sebuah konsep wisata lingkungan (*ecotourism*) yang dengan kriteria sebagai berikut: *Pertama*, dalam pengoperasiannya pemuda Kampung Batik Sokaraja bukan hanya berupaya untuk menawarkan sebuah pariwisata saja namun untuk mengenalkan sebuah kebudayaan lokal berupa batik kepada masyarakat luas. *Kedua*, Kampung Batik Sokaraja tetap memperhatikan lingkungan alam sekitar dengan pemanfaatan sumber daya alam terbarukan berupa air sungai yang digunakan dalam proses pewarnaan dan pembilasan kain batik dengan tetap memperhatikan kuantitas air yang digunakan. *Ketiga*, sesuai dengan lingkungan daerahnya yang didominasi oleh hutan dan gunung, karakter yang paling melekat pada Batik Sokaraja berupa batik pedalaman yang terinspirasi motif tumbuhan dan juga hewan. *Keempat*, proses pewarnaan dan pembilasan batik di Kampung Batik Sokaraja menggunakan pompa air dan aliran sungai yang dekat dengan lokasi kampung batik. *Kelima*, mengelola limbah batik berupa air rebusan batik atau banyu dem-deman dengan hati-hati dan bijaksana. *Keenam*, proses produksi batik di kampung batik Sokaraja

menggunakan alat tradisional yakni canting untuk batik tulis dan canting cap yang mirip dengan stempel untuk produksi batik cap. *Ketujuh*, bekerjasama dengan konveksi dalam kreasi produksi batik agar lebih bervariasi dan memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi. *Kedelapan*, Kampung Batik Sokaraja menawarkan pariwisata berbasis kebudayaan yang kental dengan nilai-nilai edukasi. *Kesembilan*, memiliki program-program menarik berupa extravaganza, sanggar batik, dan gerai batik dalam rangka meningkatkan eksistensi Kampung Batik Sokaraja di era society 5.0.

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti dapat merekomendasikan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan positif baik untuk pengelola maupun untuk peneliti selanjutnya, sebagai berikut: *Pertama*, bagi pengelola untuk branding dari Kampung Batik Sokaraja perlu dikembangkan melalui media sosial agar dapat memperluas jangkauan wisatawan. Pemasaran dari hasil produksi kain batik perlu dikembangkan melalui metode *e-commerce* agar dapat memperluas pasar dengan biaya yang relatif terjangkau serta memudahkan customer dalam pemesanannya. Kemudian pengrajin batik di Kampung Batik Sokaraja perlu memperhatikan lagi terkait dengan pengelolaan limbah dari produksi kain batik salah satu caranya dengan pemasangan IPAL (Instalasi Pengelolaan Air Limbah) sehingga limbah sisa berupa banyu dem-deman akan dialirkan ke bak penyaringan terlebih dahulu sebelum akhirnya dibuang. Dan yang terakhir, untuk mempertahankan dan meningkatkan karakter kawasan sebagai kampung batik, perlu pengelolaan dan pemeliharaan berkala terhadap corak batik pada elemen jalan, dinding rumah bagian luar, dinding gang, dan pagar rumah sehingga dapat terlihat jelas karakter lingkungan batik secara menyeluruh. Perlu adanya dukungan dari pemerintah setempat maupun swasta berupa subsidi dana untuk membantu mempercepat perkembangan kampung wisata batik, seperti membantu pengembangan program promosi wisata batik serta memperbaiki kualitas lingkungan agar karakter kawasan budaya batik dapat tampil dan jelas terlihat oleh masyarakat umum di Sokaraja pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. *Kedua*, saran untuk peneliti selanjutnya karena pada penelitian ini kami mengalami limitasi terkait dengan masa pandemi sehingga proses wawancara dan studi literatur kami lakukan secara daring, untuk penelitian selanjutnya apabila situasi pandemi covid-19 sudah mereda maka disarankan untuk melakukan *in-depth interview* kepada informan agar dapat memperoleh informasi yang lebih komperhensif.

ACKNOWLEDGEMENT

Versi awal dari naskah ini telah dipresentasikan dan meraih Juara Favorit pada lomba karya tulis ilmiah nasional *The 10th Soedirman Science Competition 2021* yang diselenggarakan oleh Universitas Jenderal Soedirman namun belum pernah diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaqi, Mifdal Zusron. 2016. "Melihat Sejarah Nasionalisme Indonesia Untuk Memupuk Sikap Kebangsaan Generasi Muda." *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 13(2). DOI: 10.21831/civics.v13i2.12745
- Anwar, Chairul. 2014. "Internalisasi Semangat Nasionalisme Melalui Pendekatan Habituaasi: Perspektif Filsafat Pendidikan." *Analisis: Jurnal Studi Keislaman*, 14(1). DOI: 10.24042/ajsk.v14i1.653
- Astuti, Retno Dwi S. 2018. "Perancangan Ulang Corporate Identity Rumah Batik Anto Djamil di Sokaraja Dengan Pendekatan Motif Lumbon." *Skripsi*. Surakarta: Institut Seni Indonesia Surakarta.
- Audina, Bella Norma. 2016. "Analisis Fungsi-Fungsi Kehumasan untuk Membangun Citra Kampung Batik Sokaraja: Studi pada Paguyuban Sawunggalih dan Perbain Sokaraja." *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Fitriana, Aisyah Nurul. 2014. "Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu: Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu." *Jurnal Administrasi Publik*, 2(2).
- Furaedah, Jihan. 2016. "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Markert Share: Studi Kasus Rumah Batik Anto Djamil Sokaraja." *Skripsi*. Banyumas: IAIN Purwokerto.
- Iskandar, Iskandar & Kustiyah, Eni. 2016. "Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesiadi Era Globalisasi." *Jurnal Gema*, XXX(52).
- Kompas. 2021. "Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari?" *Tekno Kompas*. Diakses melalui <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari?page=all> pada 12 Juli 2021.
- Kusuma, Bayu Mitra A. 2018. "Transnational Islam, Regional Terrorism, and Military Power: The Rise of Muslim Special Unit in the Philippines Armed Force."

- JSEAHR: *Journal of Southeast Asian Human Rights*, 2(2). DOI: 10.19184/jseahr.v2i2.8363
- Kusumawardani, Anggraeni & Faturachman, Faturachman. 2004. "Nasionalisme". *Buletin Psikologi*, 12(2). DOI: 10.22146/bpsi.7469
- Mangifera, Liana. 2016. "Pengembangan Industri Kreatif Produk Batik Tulis Melalui *Value Chain Analysis*." *Prosiding 3rd University Research Colloquium (URECOL)*. Surakarta, 27 Agustus 2016. <http://hdl.handle.net/11617/6728>
- Palupi, Rety. 2019. "Penyalahgunaan Media Sosial Sebagai Alat Propaganda." *Jurnal Komunikasi*, 10(1). 10.31294/jkom.v10i1.5364
- Prasetyo, S. Adhi. 2016. "Karakteristik Motif Batik Kendal Interpretasi dari Wilayah dan Letak Geografis." *Imajinasi: Jurnal Seni*, 10(1).
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media. <http://eprints.umpo.ac.id/2859/>
- Pusparani, Ghita et al. 2018. "Program Pelestarian Budaya Edutourism pada Taman Baca Masyarakat Eco Bambu Cipaku." *Edulib Info: Journal of Library and Information Science*, 5(2).
- Ratih, R. Nur et al. 2013. "Perancangan Wisata Edukasi Lingkungan Hidup di Batu dengan Penerapan Material Alami." *Jurnal Mahasiswa Jurusan Arsitektur*, 1(1).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilowati, Endang & Masruroh, Noor Naelil. 2018. "Merawat Kebhinekaan Menjaga Keindonesiaan: Belajar Keberagaman dan Kebersatuan dari Masyarakat Pulau." *Jurnal Sejarah Citra Lekha*, 3(1). DOI: 10.14710/jscl.v3i1.17856
- Trifosa, Sabrina Sesa & Wijaya, Lina Sinatra. 2019. "Strategi Komunikasi Perhimpunan Batik Indonesia Sokaraja dalam Membangun Citra Kampung Batik Sokaraja." *Acta Diurna: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2). DOI: 10.20884/1.actadiurna.2019.15.2.2136
- Trixie, A. Amaris. 2020. "Filosofi Motif Batik sebagai Identitas Bangsa Indonesia." *Folio: Journal of Fashion Product Design & Business*, 1(1).

Wiragasari, Nur Sista S. 2020. "Pemasaran Wisata Edukasi Di Rumah Batik Desa Wisata Wanurejo, Borobudur, Magelang Jawa Tengah." *Skripsi*. Yogyakarta; Institut Seni Indonesia Yogyakarta.