

PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL KAMPANYE BATIK UNTUK RUMAH BATIK PALBATU, TEBET, JAKARTA SELATAN

Mercy Lona Darwaty Ryndang Sriganda¹⁾, Muhammad Rifqi²⁾, Febrian Adi
Pratama³⁾

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Indraprasta PGRI

Abstrak

Mengingat betapa pentingnya melestarikan dan mewariskan batik melalui praktik, Rumah Batik Palbatu melakukan upaya-upaya pelestarian dengan menyelenggarakan pelatihan-pelatihan *membatik*, termasuk berbagai kelas batik untuk beragam kalangan masyarakat. Salah satu kelompok masyarakat yang menjadi mitra utama dalam pelatihan *membatik* oleh Rumah Batik Palbatu adalah kaum disabilitas, khususnya tunarungu (tuli). Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mengampanyekan dan menginformasikan makna batik sebagai warisan budaya nonbendawi dan sekaligus mengampanyekan kegiatan Rumah Batik Palbatu untuk melestarikan budaya tersebut melalui kegiatan-kegiatan belajar *membatik*. Hasil kegiatan dan bentuk luaran kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa poster elektronik. Bentuk poster elektronik dipilih karena kemudahannya untuk bersirkulasi di jaringan internet melalui sosial media, sehingga dapat menjangkau masyarakat luas tanpa dibatasi batasan spasial.

Kata kunci: Konten media sosial, poster elektronik, Rumah Batik Palbatu, batik

Abstract

Considering how important it is to preserve and inherit batik through practice, Rumah Batik Palbatu carries out conservation efforts by organizing batik training, including various batik classes for various groups of people. One of the community groups that is the main partner in batik training by Palbatu Batik House is the people with disabilities, especially the deaf (deaf). The purpose of this community service activity is to campaign for and inform the meaning of batik as a nonbendawi cultural heritage and at the same time campaign for the Rumah Batik Palbatu activities to preserve that culture through batik learning activities. The results of this activity and the form of outputs of community service activities took the form of electronic posters. The form of electronic posters was chosen because of its ease to circulate on the internet through social media, so that it can reach the wider community without spatial restrictions.

Keywords: Social media content, electronic posters, Rumah Batik Palbatu, batik

Correspondence author: Mercy Lona Darwaty Ryndang Sriganda, mercy.lona@yahoo.co.id. Jakarta, Indonesia



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Meningkatnya popularitas batik di tengah-tengah masyarakat tentu perlu disambut sebagai perkembangan yang menggembirakan. Dilihat dari proses perkembangannya batik banyak dilakukan pada masa kerajaan Mataram, selanjutnya berkembang pada

masa kerajaan Solo dan Yogyakarta. Batik merupakan kesenian gambar di atas kain untuk pakaian yang menjadi salah satu kebudayaan keluarga raja-raja Indonesia zaman dahulu. Awalnya yang mengenakan batik adalah untuk raja, keluarga serta para pengikutnya. Semakin berkembang di luar kraton disebabkan banyak pengikut raja yang tinggal di luar kraton, maka kesenian batik ini semakin dikenal dan dapat dikerjakan oleh para pengikutnya di tempat tinggalnya masing-masing. Sejak itulah perkembangan batik semakin dikenal luas dan berkembang pesat.

Batik pernah dipersepsikan sebagai representasi sistem sosial yang masih mewarisi karakteristik feodal, mengingat pada masa lalu, khususnya di Jawa, motif-motif batik yang berbeda-beda menandakan perbedaan kelas sosial. Batik juga pernah dipersepsikan secara negatif, karena sebagai warisan budaya “tradisional”, batik dianggap tidak “modern” dan menandakan ketertinggalan. Namun demikian, seiring dengan meningkatnya popularitas batik di tengah masyarakat, berbagai persepsi negatif ini lambat laun berubah. Kini batik bukan hanya dikenal dan diapresiasi oleh masyarakat luas sebagai bagian dari budaya nusantara, tetapi juga dipersepsikan sebagai salah satu representasi identitas bangsa. Batik pun berkembang bukan hanya di Jawa. Kini hampir tiap-tiap provinsi di Indonesia memiliki batik sendiri yang menjadi ciri khas daerahnya. Kemajemukan tradisi batik ini, baik dari segi motif maupun teknik pembuatan, pada akhirnya memperkaya dan memperkuat identitas kebangsaan Indonesia. Dengan demikian, tumbuh pula kebanggaan masyarakat terhadap keberadaan batik nusantara.

Seiring berjalannya waktu, jenis batik semakin bertambah luar biasa banyak dan dicintai oleh masyarakat di nusantara Indonesia bahkan mancanegara. Sekarang sudah banyak jenis batik di Indonesia, dari awal perkembangan batik sampai kini masih banyak jenis batik yang tetap mempertahankan konsistensi cara pembuatan dari awal sampai akhir pembuatan. Banyak arti dan makna yang terkandung dalam batik. Proses pembuatan batik masih tetap sama, hanya mungkin sudah banyak yang menggunakan alat dan teknologi yang modern, sehingga pembuatannya menjadi lebih cepat sehubungan dengan banyaknya permintaan batik saat ini. Anak sekolah, mahasiswa, karyawan, pejabat, rata-rata memiliki seragam batik. Perempuan dan laki-laki dapat memakai dan memilih berbagai jenis batik sesuai selera masing-masing.

Kendati demikian, meningkatnya popularitas batik seperti yang digambarkan di atas tidak serta-merta menyelesaikan persoalan dalam upaya pelestarian batik sebagai warisan budaya nusantara. Dari hari ke hari memang kian banyak orang yang mengenakan pakaian dan kain batik. Meski kepopuleran batik penting bagi kelestariannya, hal ini juga mengubah batik dari sekadar tradisi menjadi komoditas dan memunculkan persoalan baru. Semakin banyak orang mengenakan batik, semakin besar pula kebutuhan konsumsinya, sehingga mendorong produksi kain batik secara massal dan dengan skala industrial demi memenuhi permintaan pasar. Akibatnya, di satu sisi, semakin banyak orang yang mengenal dan mengenakan kain batik, serta dengan mudah bisa mendapatkannya. Akan tetapi, meningkatnya permintaan pasar ini tidak diimbangi secara proporsional oleh peningkatan pengetahuan masyarakat tentang khasanah tradisi batik sebagai warisan budaya *nonbendawi*.

Tidak banyak masyarakat yang memahami proses di balik pembuatan batik tersebut. Padahal, sebagai warisan budaya nonbendawi, aspek yang paling utama dari batik justru bukan motif-motif yang nampak pada produk-produk jadinya. Melainkan, pengetahuan dan teknik di balik pembuatan batik yang diwariskan dari generasi ke generasi. Produksi massal kain batik dalam skala industrial, bahkan dengan

menggunakan mesin-mesin, tentu saja mengeliminasi proses pewarisan pengetahuan dan teknik pembuatan batik tradisional guna mencapai efisiensi produksi yang dapat meningkatkan keuntungan. Batik adalah salah satu cara pembuatan bahan pakaian. Selain itu batik bias mengacu pada dua hal. Yang pertama adalah teknik pewarnaan kain dengan menggunakan malam untuk mencegah pewarnaan sebagian dari kain. Dalam literatur internasional, Teknik ini dikenal sebagai wax-resist dyeing.

Teknik pembuatan batik pun berbeda-beda ada yang dikerjakan tangan ada yang dikerjakan dalam industri batik atau pabrik. Jadi, jenis-jenis batik berdasarkan teknik pembuatannya dipedakan menjadi 3 (tiga) jenis yaitu:

1. Batik Tulis

Batik tulis dilakukan sepenuhnya oleh keterampilan seorang pembatik, proses pembuatannya dimulai dari pembuatan motif, mengisi pola hingga pewarnaan. Pembuatan batik memakan waktu kurang lebih 2-3 bulan, adapun cirinya adalah warna batik terlihat sama terang pada kedua sisi sehingga agak sulit dibedakan amana luar dan mana dalam karena pengerjaannya dilakukan di kedua sisi kain. Aromanya khas yang terbentuk dari hasil penggunaan malam (lilin) dan proses pewarnaan

2. Batik Cap

Batik cap dibuat dengan menggunakan motif batik yang dibuat dalam bentuk cap atau stempel. Proses pengerjaan batik cap yaitu cap tembaga diberi malam panas kemudian distempelkan di atas kain polos, dilakukan terus menerus hingga membentuk motif atau pola. Lama pengerjaan 2-3 hari, batik cap memiliki ciri-ciri yaitu warna batik terang pada satu sisi. Pola atau motif simetris dan teratur

3. Batik Sablon (Printing)

Batik printing dibuat dengan menggunakan motif pabrikan atau motif sablon yaitu motif batik yang telah dicetak otomatis. Batik printing dibuat tanpa menggunakan metode dasar batik, karena dalam pengerjaannya tidak menggunakan proses pencegahan serap warna pada malam. Adapun ciri batik printing adalah motif terlihat rapi dan simetris baik letak juga ukurannya. Warna batik hanya tampak pada satu sisi kain saja disebabkan pewarnaan saat pencetakan dengan mesin dilakukan pada satu sisi kain saja.

Jika dicermati dari jenis pembuatannya, dapat disimpulkan membuat batik tulis memiliki kesulitan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan batik cap dan batik printing, pengerjaannya pun lebih lama. Tidak heran harga batik tulis jauh lebih mahal dibandingkan jenis batik lainnya. Batik Cap ada pada nomor urut dua tingkat kesulitan membuatnya, sedangkan batik printing nomor urut terakhir tingkat kesulitan dan lama pengerjaannya.

Di tengah situasi seperti ini, Budi Dwi Hariyanto dan Budi Irawan, penggagas dan pendiri Rumah Batik Palbatu di Tebet, Jakarta Selatan, memandang setidaknya terdapat permasalahan utama yang perlu didekati dan coba diselesaikan dalam melestarikan tradisi batik, yakni rendahnya pemahaman masyarakat luas akan tradisi batik yang mencakup pula proses-proses di balik produksinya. Oleh karena pemahaman yang kurang mendalam, orang-orang cenderung menerima begitu saja bahwa semua kain yang memiliki motif batik merupakan kain batik. Padahal, banyak di antara kain-kain bermotif batik yang diperjualbelikan di pasaran saat ini sebenarnya bukanlah batik. Budi Dwi Haryanto, salah satu pendiri Rumah Batik Palbatu, menjelaskan bahwa kain batik yang dapat dianggap sebagai batik “sungguhan” hanya meliputi batik tulis, batik cap, maupun kombinasi keduanya. Kain-kain batik ini memang diproduksi dengan proses

pembuatan tradisional. Berbeda dengan “batik printing” yang biasanya diproduksi dengan teknik sablon, bukan teknik *mbatik*, sehingga tidak ada pewarisan pengetahuan tentang proses membatik.

Untuk mengatasi permasalahan di atas, perlu adanya upaya untuk mendiseminasikan aspek nonbendawi dari tradisi batik kepada masyarakat luas, khususnya terkait seluk-beluk pengetahuan dan keterampilan di balik proses pembuatan batik. Secara tradisional, proses ini terdiri atas berbagai tahap, mulai dari pencucian kain mori, pembuatan pola (*mola*), penorehan malam dengan canting (*nyanting*), pencelupan kain ke cairan pewarna (*medel*), pengerokan malam (*ngerok*) dan pembilasan dengan air (*nggirah*), penutupan warna biru dengan malam, pencelupan kembali kain pada cairan pewarna yang biasanya cokelat (*nyoga*), dan pelepasan malam dengan cara merendam kain pada air mendidih yang telah dicampuri bahan kimia tertentu (*nglorot*) (Riyanto, 1997). Dengan diseminasi pengetahuan ini, diharapkan akan dicapai pula pencerdasan kepada masyarakat luas bahwa tradisi batik tidak terbatas pada pola-pola di atas kain. Dengan demikian, penghargaan masyarakat terhadap tradisi batik pun dapat kian bertumbuh.

Upaya membangun pemahaman yang menyeluruh akan batik inilah, yang meliputi proses dan produk akhirnya, yang menjadi misi utama Rumah Batik Palbatu selaku mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Misi tersebut diejawantahkan terutama melalui kegiatan-kegiatan pelatihan membatik. Permasalahan yang saat ini dihadapi oleh mitra, berupa kebutuhan untuk memperkenalkan kegiatan tersebut dan arti pentingnya bagi pelestarian budaya batik ke masyarakat yang lebih luas. Salah satu medium yang potensial untuk melakukannya saat ini, tak lain adalah media sosial. Oleh karena itu, dibutuhkan konten media sosial yang secara efektif dapat menginformasikan makna batik sebagai warisan budaya nonbendawi dan sekaligus mengampanyekan kegiatan Rumah Batik Palbatu untuk melestarikan budaya tersebut melalui kegiatan-kegiatan belajar membatik.

Penggagas dan pendiri Rumah Batik Palbatu ada dua orang yang merupakan pemerhati dan pencinta batik yaitu Bapak Budi Iwan Darmawan biasa disapa Iwan dan Bapak Budi Dwi Haryanto biasa disapa Harry. Rumah Batik Palbatu didirikan pada tahun 2011 yang berlokasi di Tebet, Jakarta Selatan, dan pada tahun berikutnya, 2012, mereka menggagas Jakarta Batik Carnival yang penyelenggaraannya dilaksanakan di Kampong Batik Palbatu. Selain berprofesi sebagai praktisi dibidang MICE, Iwan juga menggeluti pelestarian dan pengembangan batik, dimana saat ini bersama beberapa rekannya merintis sertifikasi dibidang batik.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan berdasarkan kebutuhan kerja, antara lain meliputi observasi dan wawancara. Tim Abdimas melakukan observasi ke Rumah Batik Palbatu untuk melihat lebih dekat proses pembuatan batik. Wawancara dilakukan dengan mitra untuk menggali informasi tentang Rumah Batik Palbatu.. Wawancara mendalam dilakukan dengan dua orang narasumber yaitu *founder* Rumah Batik Palbatu Bapak Budi Dwi Haryanto dan Bapak Budi Iwan Darmawan.

Pelaksanaan abdimas di Rumah Batik Palbatu ini berlangsung dari bulan September – November 2019. Pada tahap ini Tim Abdimas bekerja sama dengan mitra untuk memberikan informasi memberikan poster elektronik kepada mitra untuk

diunggah di media sosial mitra agar dapat digunakan untuk menyosialisasikan pemahaman tentang batik dan kegiatan-kegiatan yang dapat diikuti masyarakat luas untuk melestarikan tradisi batik tersebut. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program adalah menyediakan lokasi dan pekerja untuk turut serta dalam proses mengampanyekan kegiatan Rumah Batik Palbatu melalui konten media sosial untuk melestarikan budaya tersebut melalui kegiatan-kegiatan belajar membuat batik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Batik bukan sekadar karya seni ataupun barang kerajinan tradisional. Lebih dari itu, sebagai warisan leluhur, batik sudah menjadi bagian dari identitas bangsa Indonesia. Dengan banyaknya ragam batik dari Sabang sampai Merauke, batik juga telah menjadi penanda identitas yang melampaui identitas kesukuan dan kedaerahan. Berangkat dari pemahaman ini, relatif tidak ada perdebatan bahwa batik patut dan perlu dilestarikan. Bahkan pada tahun 2009 UNESCO menetapkan batik sebagai warisan budaya dunia.

Namun demikian, salah satu miskonsepsi yang masih kerap dijumpai di antara masyarakat luas adalah anggapan bahwa batik sekadar motif kain tradisional. Padahal, hal yang paling esensial dari batik sebagai warisan budaya adalah pengetahuan tradisional yang terkandung di dalamnya. Oleh karena itu, batik harus dipahami sebagai sebuah proses. Membuat batik bukan sekadar membuat pola dan motif tertentu di permukaan selembar kain, melainkan membuatnya dengan menerapkan tahap-tahap dan cara-cara tertentu yang telah diwariskan secara turun-temurun dari generasi ke generasi.

Cara pandang dalam memahami batik sebagaimana diuraikan di atas mengimplikasikan setidaknya dua hal. Implikasi pertama berupa pemahaman bahwa batik merupakan kebudayaan yang hidup (*living culture*). Suatu kebudayaan dikatakan sebagai kebudayaan yang hidup karena ia bukan sekadar artefak atau peninggalan bendawi leluhur. Melainkan, kebudayaan tersebut masih terus dipraktikkan, dihidupi, dan dikembangkan oleh masyarakatnya. Dengan demikian, batik pun harus dipahami sebagai bentuk kebudayaan yang dinamis. Berbagai inovasi terkait batik sangat dimungkinkan dari waktu ke waktu, misalnya terkait motif-motif, bahan baku, maupun pesan-pesan yang hendak disampaikan pembatik dari motif yang dibuatnya. Akan tetapi, inovasi-inovasi ini tidak boleh sampai mengikis bagian esensial dari membuat batik itu sendiri. Misalnya, pembuatan kain bermotif batik dengan menggunakan mesin-mesin tekstil modern tidak bisa lagi dianggap sebagai batik yang sesungguhnya. Hal ini karena proses *membatik* itu sendiri tidak dapat lagi dijumpai dalam proses produksi massal kain batik tersebut.

Hal di atas membawa kita pada implikasi kedua, bahwa sebagai kebudayaan yang hidup, pelestarian dan pewarisan terbaik atas batik tidak mungkin bisa dilakukan dengan cara “memuseumkannya”. Memuseumkan batik berarti sekadar menyimpan dan memamerkan kain-kain batik, menjadikannya objek yang statis. Sebaliknya, upaya pelestarian batik harus dilakukan melalui pengajaran dan pembelajaran pembuatan kain batik atau *membatik*. Dengan cara ini, orang-orang yang mempelajari batik bukan hanya akan *tahu tentang batik*, tetapi juga memahami tahap-tahap dalam proses pembuatannya, bahkan sampai dapat mempraktikkan *membatik*.

Rumah Batik Palbatu melakukan upaya-upaya pelestarian dengan menyelenggarakan pelatihan-pelatihan *membatik*, termasuk berbagai kelas batik untuk beragam kalangan masyarakat. Rumah Batik Palbatu hadir untuk melengkapi beberapa

gerai dan sanggar yang telah berdiri sebelumnya. Rumah yang berfungsi sebagai pusat aktivitas warga Kampoeng Batik Palbatu ini berlokasi di Jl. Palbatu IV No. 17 Menteng Dalam, Tebet, Jakarta Selatan. Di Rumah Batik Palbatu warga melakukan berbagai aktivitas, diantaranya adalah belajar membatik. Selain itu, Rumah Batik Palbatu juga berfungsi sebagai gerai untuk karya-karya Batik Motif Palbatu yang dibuat oleh para warga.

Rumah Batik Palbatu juga bekerjasama dengan beberapa mitra pengrajin yang mempercayakan produk-produk batik dan craft-nya untuk dipasarkan melalui Rumah Batik Palbatu. Saat ini telah ada beberapa mitra pengrajin yang telah menjalin kerjasama, diantaranya adalah Batik Pulasaren dan Ritz Craft. Kampoeng Batik Palbatu melalui Sekolah Batik Palbatu menyelenggarakan kegiatan edukatif dan kreatif Belajar Membatik. Kegiatan ini bertujuan untuk mengenalkan proses unik pembuatan batik kepada masyarakat luas, baik anak-anak, remaja maupun orang dewasa.

Melalui kegiatan Belajar Membatik, para peserta akan menemukan pengalaman seru dalam belajar proses unik pembuatan batik yang sudah ada sejak ratusan tahun lalu dan diturunkan secara turun temurun oleh nenek moyang kita. Kegiatan Belajar Membatik diselenggarakan oleh Sekolah Batik Palbatu di Rumah Batik Palbatu bertempat di Jl. Palbatu IV No. 17, Menteng Dalam, Tebet, Jakarta Selatan. Kegiatan diselenggarakan setiap hari Senin hingga Minggu, mulai jam 09.00 – 17.00 WIB.

Rumah Batik Palbatu juga menyelenggarakan Demo Membatik, program Demo Membatik dihadirkan sebagai bentuk komitmen Kampoeng Batik Palbatu dalam mempromosikan dan mempublikasikan seluas-luasnya seni budaya batik yang unik dan menarik kepada masyarakat Indonesia. Melalui program ini, masyarakat luas dapat melihat lebih dekat lagi tentang proses unik pembuatan batik, salah satunya adalah proses pencantingan batik.

Infomasi yang diperoleh oleh Tim Abdimas, saat ini program Demo Membatik telah hadir dalam berbagai kesempatan seperti kegiatan seni budaya, pameran, bazaar, fashion show, product launching, kegiatan kreatif, dinner, Company Gathering dan berbagai kegiatan lainnya yang berlokasi di Jakarta dan sekitarnya. Kami memberikan kesempatan kepada seluruh warga Jakarta dan sekitarnya, baik pribadi, perusahaan, event organizer dan institusi lainnya untuk memanfaatkan program Demo Membatik ini sebagai upaya bersama dalam melestarikan batik dengan cara mempromosikan dan mempublikasikan proses unik pembuatannya.

Batik dengan segala dinamika perkembangannya, pertumbuhannya selalu menarik untuk diperhatikan dan diperbincangkan. Rumah Batik Palbatu mengedukasi segala lapisan masyarakat untuk bisa menghargai batik yang sesungguhnya. Rumah Batik Palbatu bahkan menggandeng sahabat difabel tuna rungu untuk membuat batik dengan tingkat kesulitan yang tinggi yaitu batis tulis dan batik cap (stempel).

Salah satu kelompok masyarakat yang menjadi mitra utama dalam pelatihan *membatik* oleh Rumah Batik Palbatu adalah kaum disabilitas, khususnya tunarungu (tuli). Hasil pengamatan dari observasi, serta wawancara dengan narasumber pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disampaikan hal-hal berikut ini:

Pertama, Tim Abdimas dan pengelola Rumah Batik Palbatu, maupun para peserta kegiatan pelatihan *membatik* menyadari pentingnya melestarikan batik melalui praktik *membatik*. Pelestarian batik tidak cukup dilakukan dengan menyimpan dan memamerkan kain batik semata, misalnya melalui *display* museum, tapi harus disertai praktik *membatik* bagi masyarakat umum.

Kedua, Tim Abdimas dan pengelola Rumah Batik Palbatu menyadari bahwa untuk memperkenalkan dan memasyarakatkan *proses* pembuatan batik, kegiatan pelatihan *membatik* perlu dipromosikan kepada masyarakat luas. Dengan demikian, akan semakin banyak masyarakat yang bukan hanya terbiasa mengenakan batik dalam kegiatan sehari-hari mereka, tetapi juga mengetahui dan memahami proses pembuatan batik.

Ketiga, Tim Abdimas dan pengelola Rumah Batik Palbatu menyadari pentingnya mengampanyekan dan mempromosikan kegiatan pelatihan *membatik* melalui media sosial untuk mencapai kalangan masyarakat yang semakin luas. Oleh karena itu, pembuatan poster elektronik merupakan kegiatan yang penting untuk menunjang kampanye dan promosi di media sosial tersebut.

Kontribusi Rumah Batik Palbatu berupa intensifikasi kampanye pelestarian batik di media sosial, serta pemasyarakatan kegiatan pelatihan *membatik* oleh Rumah Batik Palbatu. Kegiatan-kegiatan tersebut terbukti efektif sebagai sarana pelestarian batik, karena dapat memfasilitasi pembelajaran pengetahuan-pengetahuan tradisional terkait batik.

Adapun poster elektronik yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebagaimana terlihat pada gambar berikut ini:

Wisata Batik Palbatu
Tebet - Jakarta Selatan
Harga mulai dari 150 Rb /Orang

Rumah Batik Palbatu
BUMN
Kampanye Batik Palbatu
Membatik • Gerai Batik • Workshop Batik • Wisata Ontheif • Wisata Kuliner
DALAM TERBET - JAKARTA SELATAN 021-723-2700

Edukasi Batik | **Pelatihan Kreatif Batik** | **Sekolah Batik**

Belajar Membatik

1. Program Basic 1+
● Biaya 150k
● Kain ukuran 35x35cm
● Durasi 2 jam

2. Program Basic 2
● Biaya 250k
● Kain ukuran 105x35cm
● Durasi 4jam

Include :
● Menggambar motif
● Menyanting
● Pewarnaan Teknik coled
● Fiksasi
● Lorod / pelepasan malam

Pendaftaran :
Untuk Pendaftaran silahkan kirim WA dengan format sebagai berikut :

Nama_usia_jumlah_banyaknya_peserta_jam_bela-jar_tanggal_belajar_nama_program_belajar_batik

Informasi lebih lanjut :
0857-1064-1694 (WA Only)

Gambar 1. Poster Elektronik Program *Belajar Membatik* oleh Rumah Batik Palbatu.



Gambar 2. Poster Elektronik Wisuda Pembatik dari Kaum Difabel oleh Rumah Batik Palbatu.

SIMPULAN

Kecintaan masyarakat pada batik tidak selaras dengan pengenalannya akan batik itu sendiri. Masih banyak masyarakat yang menyamaratakan batik. Rumah Batik Palbatu sangat menyadari akan hal itu sehingga memiliki kerinduan, visi dan misi untuk mengedukasi masyarakat tentang batik sehingga masyarakat semakin mengetahui batik, bagaimana proses pembuatannya, apa yang menyebabkan batik itu mahal khususnya yang dikerjakan secara manual atau pekerjaan tangan.

Pembuatan poster elektronik sebagai konten kampanye media sosial untuk Rumah Batik Palbatu dibuat untuk mempublikasikan kegiatan mulia dari Rumah Batik Palbatu. Harapan kedepannya makin banyak masyarakat teredukasi mengenai batik bukan hanya sekedar membeli dan memakai saja. Rumah Batik Palbatu dapat berkontribusi dan turut andil dalam upaya pelestarian batik sebagai bagian dari khasanah kekayaan budaya dan warisan luhur bangsa. Kontribusi Rumah Batik Palbatu berupa intensifikasi kampanye pelestarian batik di media sosial, serta pemasyarakatan kegiatan pelatihan membatik oleh Rumah Batik Palbatu. Kegiatan-kegiatan tersebut

terbukti efektif sebagai sarana pelestarian batik, karena dapat memfasilitasi pembelajaran pengetahuan-pengetahuan tradisional terkait batik.

DAFTAR PUSTAKA

- Endik, S. (1986). *Seni Membatik*. Jakarta: Safir Alam.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima*. Jakarta: Kemendikbud.
- Miller, Katherine. (2012). *Organizational Communication: Approaches And Processes, AISE, Sixth Edition*. Wadsworth: Cengage Learning.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, Jawa Barat: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2012). *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Baru Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera
- P.N. Howard & M.R Parks. (2012). *Days and Nights on the Internet: The Impact of a Diffusing Technology*. *American Behavioral Scientist*, Vol. 45 No. 3, November 2001, 383-404.
- Prasetyo, Anindo (2010). *Batik Karya Agung Warisan Budaya Dunia*. Yogyakarta: Pura Pusaka
- Riyanto. (1997). *Katalog Batik Indonesia*. Yogyakarta: Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Industri Kerajinan dan Batik
- Sa'du, Abdul Aziz. (2010). *Panduan Mengenal Membuat Batik*. Yogyakarta: Harmoni
- Sumarwan, Ujang, Achmad Fachrodji, dkk. (2011). *Pemasaran Statetik: Prespektif Value-Based Marketing Dan Pengukuran Kinerja*. Bogor, Jawa Barat: IPB PRESS.
- Suryadi, Didih. (2006). *Promosi Efektif: Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Tugu Publisher.