

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penelitian mengenai eksistensi duta batik dalam mempromosikan batik karawang sebagai produk lokal terhadap pembangunan ekonomi penting untuk dilakukan dalam sebuah penelitian karena sejumlah alasan dengan melihat sudut pandang realitas sosial yang sesungguhnya dalam mempromosikan batik Karawang dapat teridentifikasi dari kenyataan di lapangan dengan ditandai beberapa permasalahan diantaranya: **Pertama**, kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat Karawang mengenai jenis-jenis batik lokal Karawang yang menyebabkan batik Karawang tidak mampu dikenal secara luas. **Kedua**, tidak adanya wadah untuk mempromosikan batik Karawang secara intens agar mampu dikenal secara luas di daerah sendiri. Kenyataan yang terjadi di era pembaharuan teknologi yang dipengaruhi arus globalisasi. Begitu banyaknya ragam batik yang dapat dikenal secara luas oleh kalangan masyarakat akan tetapi batik-batik tersebut yang bersifat sudah diakui secara nasional, namun sebagai identitas kedaerahan untuk batik lokal atau batik kedaerahan Karawang itu sendiri nyatanya belum mampu dikenal secara luas.

Identitas menjadi sesuatu yang dapat mencerminkan jati diri. Diperlukannya identitas suatu bangsa sebagai wujud dari bentuk kelambangan negara, selain lambang negara adanya identitas yang merupakan warisan budaya. Pengkajian mengenai aspek-aspek budaya seperti makanan, pakaian, religi, bahasa, bangunan dan karya-karya lainnya, salah satu fokus kajian identitas diri yang terwujud dalam pakaian adalah batik, hal ini dibuktikan dengan maraknya industri batik di bumi pertiwi menjadi primadona di era globalisasi (Iskandar & Kustiyah, 2017).

Indonesia memiliki beragam jenis batik yang berbeda-beda dari berbagai daerah. Batik Karawang adalah salah satu batik yang berasal dari kota Karawang di Jawa Barat, Indonesia. Sejarah batik Karawang ini pertama kali dibuat oleh Tan Tjeng Kwat, penduduk etnis Tionghoa yang sudah lama

menetap di Rengasdengklok Karawang pada tahun 1928 (Triana & Retnosary, 2020). Batik Karawang menjadi produk lokal daerah yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai sumber perekonomian bagi masyarakat Karawang yang dapat meningkatkan pembangunan ekonomi daerah.

Batik merupakan salah satu budaya Indonesia yang sangat kaya dan memiliki nilai historis dan estetika yang tinggi. Batik ditetapkan sebagai warisan budaya Indonesia oleh UNESCO (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organizations) pada 2 Oktober 2009, tanggal ini sekaligus ditetapkan dan selalu diperingati sebagai hari batik nasional (Kementerian Perindustrian RI, 2022). Selaras dengan pandangan tersebut Batik Karawang sebagai warisan budaya kedaerahan sudah seharusnya dipertahankan eksistensinya sebagai salah satu identitas bangsa.

Duta batik atau dikenal dengan nama putra-putri batik Karawang memegang peranan yang sangat penting. Dalam hal ini, duta batik memiliki tugas sebagai wakil daerah Karawang untuk mempromosikan produk lokal atau batik kedaerahan Karawang tersebut kepada masyarakat Karawang khususnya dan umumnya masyarakat nasional.

Dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil riset dengan mengangkat judul ***“Eksistensi Duta Batik dalam Mempromosikan Batik Karawang Sebagai Produk Lokal Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah”*** karena eksistensi duta batik sebagai wadah promosi dinilai dapat memperkenalkan batik Karawang secara luas kepada masyarakat Karawang sebagai produk lokal kedaerahan yang pada akhirnya dapat meningkatkan pembangunan ekonomi daerah Karawang.

B. Tujuan Riset

Tujuan riset dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana eksistensi duta batik dalam mempromosikan batik Karawang sebagai produk lokal terhadap pembangunan ekonomi daerah.

2. Untuk mendeskripsikan apa saja hambatan duta batik dalam mempromosikan batik Karawang sebagai produk lokal terhadap pembangunan ekonomi daerah.

