

BAB V

KESIMPULAN

Eksistensi batik Betawi merupakan bagian dari warisan budaya lokal yang tidak dapat dilepaskan dari peran strategis komunitas Keluarga Batik Betawi (KBB). Komunitas hadir sebagai bentuk respons masyarakat terhadap kekhawatiran krisis identitas dan warisan budaya Betawi, disaat Jakarta mengalami perubahan sosial, pembangunan, urbanisasi dan pemerintah yang kurang memperhatikan sektor kebudayaan. KBB menjadi representasi nyata dari semangat pelestarian dan revitalisasi budaya melalui media kain, yaitu batik, yang tidak hanya berfungsi sebagai produk ekonomi, tetapi juga simbol identitas kultural masyarakat Betawi.

KBB terbentuk pada tahun 2010, berawal dari kegigihan masyarakat Betawi yang ingin menemukan akar perbatikan di tanah Betawi melalui upaya pembinaan dan pelatihan yang berhasil menghimpun kembali para pengrajin lama dan menjaring generasi baru. KBB kemudian menjadi payung komunitas yang menaungi sedikitnya 12 sanggar binaan yang tersebar di wilayah Jabodetabek sebagaimana juga merupakan anggota KBB. Mereka tidak hanya memproduksi batik, tetapi juga aktif menyelenggarakan pelatihan, workshop, dan pameran budaya yang terbuka untuk umum. Strategi ini terbukti efektif dalam membangun regenerasi, membangkitkan minat anak muda terhadap membatik, serta memperluas pasar batik Betawi ke luar lokal.

Di Setu Babakan sebagai pusat kegiatan budaya Betawi yang ditetapkan oleh pemerintah, KBB menempatkan salah satu kantor sekaligus workshop utamanya.

Wilayah ini bukan hanya simbol budaya Betawi yang masih hidup, tetapi juga menjadi ruang interaksi aktif antar pelaku budaya, masyarakat lokal, dan wisatawan. Serta tempat menghimpun kegiatan yang diselenggarakan KBB dalam strateginya. Namun perjalanan KBB tidak tanpa tantangan. Pandemi COVID-19 sempat menghantam sektor ekonomi dan produksi batik. Kegiatan tatap muka terhenti, bahan baku tersendat, dan penjualan merosot tajam. Serta tantangan lainnya, pendapatan modal yang sedikit diberikan pemerintah. Akan tetapi, KBB mampu beradaptasi dengan cepat melalui digitalisasi pemasaran dan kerja sama dengan pihak swasta maupun pemerintah daerah. Mereka memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan edukasi yang menjangkau generasi muda dan pasar luar daerah.

Sejak didirikannya komunitas KBB sudah melakukan banyak kegiatan dan strategi upaya pelestarian batik Betawi agar tetap terus berjalan dan berkembang. Walaupun hanya sebagai perantara pelestarian budaya yang berbentuk komunitas. Komunitas KBB mampu berkembang dengan baik dengan dukungan dari banyak pihak yang membantu dan manajemen keanggotaan yang baik. Secara keseluruhan, komunitas KBB telah menunjukkan kemajuan dalam 13 tahun terakhir dan diharapkan dapat terus berkembang dengan menjaga keseimbangan antara pelestarian tradisi dan perkembangan zaman.