

# Perancangan Motif Berbasis Wastra Batik Jawa Hokokai Untuk Produk Fesyen Generasi Milenial

Paulina Tjandrawibawa<sup>1\*</sup>, Marini Yunita Tanzil<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia\*

## Abstract

Indonesian batik has been known as one of the world's artistic cultural heritages. The batik industry is one of the sectors that are considered to have great potential in generating national economic growth. Millennials are not interested in batik because of old batik motifs or designs, and monotonous colors. Therefore, by seeing this potential, this study aims to create batik motifs that can attract the attention of the younger generation by applying a loungewear pattern, namely casual clothes that are comfortable to wear but still suitable to be worn outside the home or for online meetings. The traditional batik that will be used in this research is the Javanese Batik Hokokai, because it has a story that can be a separate story to be conveyed to the younger generation. The method used in this research is literature study and exploration to create new innovation in the development of Javanese Hokokai motif.

## Keywords

Batik, Fashion, Millennial Generation, Batik Java Hokokai

**Paulina Chandrawibawa**

Email:

*paulina.tjandrawibawa@ciputra.  
ac.id*

Address

*CitraLand CBD Boulevard, Made,  
Kec. Sambikerep, Surabaya, Jawa  
Timur 60219*

# Perancangan Motif Berbasis Wastra Batik Jawa Hokokai Untuk Produk Fesyen Generasi Milenial

Paulina Tjandrawibawa, Marini Yunita Tanzil

## PENDAHULUAN

Batik Indonesia telah dikenal sebagai salah satu warisan budaya seni yang telah mendunia, bahkan UNESCO telah menetapkan batik sebagai *Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity* pada tahun 2009. Dengan adanya pengakuan tersebut, pemerintah menetapkan tanggal 2 Oktober sebagai hari Batik Nasional yang diperingati di Indonesia secara rutin dengan tujuan agar makin banyak masyarakat yang sadar terhadap warisan budaya ini. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia di tahun 2020 [1], industri batik juga merupakan salah satu sektor yang dianggap memiliki potensi besar dalam membangkitkan pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini terlihat dari jumlah devisa periode Januari-Juli 2020 sebesar USD 21,54 Juta, dimana meningkat 19,73% dari kuartal 1 tahun 2019. Negara sasaran ekspor batik yang terutama adalah Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa.

Sedangkan untuk penjualan secara nasional, Siyahailatua memaparkan bahwa menurut data dari Tokopedia, penjualan batik meningkat pesat di awal pandemi yaitu Maret hingga Agustus 2020, terutama batik dalam bentuk masker karena adanya kebijakan menggunakan masker selama pandemi berlangsung. Selain itu baju tidur batik juga naik 3,5 kali lipat dibandingkan dengan sebelum pandemi. Adapun menurut Direktur Riset Katadata *Insight Center*, Mulya Amri, sebanyak 85% dari transaksi *e-commerce* didominasi oleh konsumen Generasi Z (kelahiran 1997-2012, usia 9-25 tahun di tahun 2021) dan Milenial (kelahiran 1981-1996, usia 25-40 tahun di tahun 2021) [2]. Tetapi bagaimana dengan fesyen batik? Kalangan milenial tidak tertarik dengan batik dikarenakan faktor motif atau desain batik yang tua, dan warna yang monoton. Melihat fenomena ini, dapat disimpulkan bahwa batik memiliki potensi yang menjanjikan untuk pasar kalangan berusia muda.

Meity Sutandi, *Sales and Marketing Director* dari Parang Kencana dalam *interview* dengan *Kumparan Style* [3] mengungkapkan bahwa generasi muda akan lebih tertarik dengan motif batik yang merupakan gabungan antara modern dan tradisional. Dari segi warna, warna-warna terang seperti merah, ungu, kuning, dan putih juga lebih cenderung dipilih oleh generasi muda.

Adapun jenis batik tradisional yang akan digunakan pada penelitian ini adalah Batik Jawa Hokokai, karena memiliki kisah yang dapat menjadi *storytelling* tersendiri untuk disampaikan kepada generasi muda. Batik Jawa Hokokai yang merupakan batik perpaduan antara budaya Jawa dan Jepang yang tercipta ketika masa penjajahan Jepang pada tahun 1942-1945 di pesisir utara Jawa. Kata Hokokai dalam bahasa Jepang berarti himpunan masyarakat, dimana kata tersebut juga digunakan untuk nama organisasi resmi rintisan Jepang yang bernama Jawa Hokokai.

Menurut Ramadhan [4], wastra batik pada masa itu merupakan barang yang sangat berharga karena para pembatik kesusahan dalam mendapatkan bahan baku kain mori untuk wastra batik, sehingga para pembatik membuat bentuk batik pagi-sore atau dua desain yang berbeda pada satu kain. Pada masa penjajahan tersebut, tentara Jepang juga sering mengambil paksa kain-kain batik yang telah dibuat sehingga pembatik membuat motif yang lebih rumit dengan warna yang banyak dengan harapan tentara Jepang tersebut lupa akan kain-kain batik tersebut karena durasi waktu pengerjaan yang mencapai satu hingga dua tahun [5]. Dengan perancangan motif ini, diharapkan hasil jadi berupa produk fesyen dapat menarik atensi dan menimbulkan kecintaan generasi muda terhadap batik serta memberikan semangat akan harapan untuk masa depan yang lebih baik di masa pandemi COVID-19 melalui elemen simbol yang diterapkan pada perancangan motif ini.

Dalam pengembangan batik ini, pemerintah turut memiliki harapan besar pada konsumen generasi milenial. Generasi milenial dipercayai memiliki potensi besar untuk perekonomian dan juga daya beli produk dalam negeri. Pola kebiasaan milenial yang dekat dengan sikap konsumtif, *trend-setter* dalam teknologi, gaya hidup, dan *fashion* [6]. erat dengan tujuan pemerintah untuk mendukung ekonomi di sektor UMKM. Oleh sebab itu, dengan melihat adanya potensi tersebut, penelitian ini bertujuan menciptakan motif wastra batik untuk produk fesyen yang dapat menarik perhatian generasi muda.

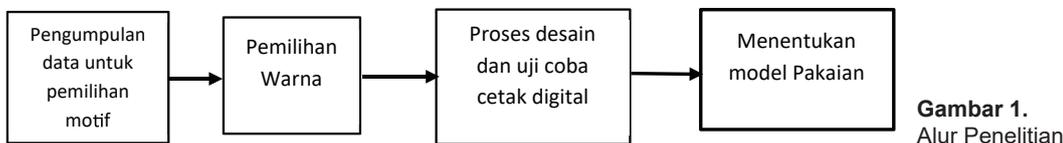
Dengan menerapkan pola *loungewear* yaitu pakaian santai yang nyaman dikenakan namun tetap sesuai untuk dikenakan di luar rumah maupun untuk *online meeting*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menganalisis perancangan motif batik Jawa Hokokai untuk produk fesyen generasi milenial. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan jenis penelitian dasar (*basic research*) dengan bentuk penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang suatu masalah melalui pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai kondisi sebenarnya yang terjadi di lapangan.

Metode penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, dengan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Studi literatur : Mengumpulkan data dengan mencari pada sumber buku, jurnal, *thesis*, dan *website* untuk mengetahui beberapa data dalam penelitian ini, seperti mencari penjelasan mengenai batik Jawa Hokokai, material dan fesyen generasi milenial.
2. Eksplorasi : Melakukan eksplorasi langsung untuk menghasilkan inovasi baru dalam pengembangan motif Jawa Hokokai pada produk fesyen.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Fesyen

Fesyen merupakan salah satu bentuk dari refleksi dari kelompok dan kelas sosial, perubahan waktu dan budaya. Fesyen bisa menjadi ukuran untuk menentukan status sosial dan lain sebagainya. Fesyen terus berkembang mengikuti jamannya. Fesyen mempersatukan suatu kelas sosial dan memisahkannya dari kelas sosial lainnya. Kaum atasan menginisiasi fesyen dan ketika telah diikuti oleh masyarakat umum, fesyen tersebut akan ditinggalkan untuk model yang lebih baru. Beberapa bentuk fesyen yang disebut klasik tidak terpengaruh oleh perubahan waktu dan jaman [7].

Menurut Svensen dalam *Fashion: A Philosophy* (2006), fesyen merupakan gaya berbusana seseorang yang dikenakan dalam kehidupan sehari-hari baik di dalam penghunian maupun pada acara-acara khusus. Dari aspek sosial, fesyen memiliki arti dan pesan kebudayaan suatu kelompok masyarakat tertentu. Oleh karena itu fesyen merupakan aspek yang sangat berpengaruh untuk perkembangan peradaban dan budaya manusia [8].

Salah satu fesyen yang merupakan refleksi budaya di Indonesia adalah busana batik. Batik merupakan warisan budaya yang telah diakui dan diapresiasi oleh dunia sehingga Popularitas batik makin meningkat sejak pengakuan penghargaan batik sebagai Warisan Budaya Takbenda dari UNESCO (2009). Desainer fesyen dalam negeri telah mengembangkan motif dan busana batik dengan desain yang kontemporer dan mudah dipadu padankan dengan busana sehari-hari [9]. Oleh karena itu, batik dapat diartikan sebagai salah satu bentuk fesyen klasik yang bertahan dari jaman ke jaman.

### 2. Generasi Milenial

Generasi dikelompokkan berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian-kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka [10]. Faktor utama dalam pengelompokan generasi yaitu kesamaan tahun kelahiran dan sosiologis khususnya kejadian historis yang melekat pada masa perkembangannya.

Generasi milenial atau juga disebut generasi Y, menurut Lancaster & Stillman dalam *When Generation Collide* (2002), adalah kelompok populasi yang lahir pada tahun 1981-1999. Milenial merupakan generasi yang fasih menggunakan teknologi komunikasi digital seperti email, SMS, *instant messaging* dan aktif dalam perkembangan *social media* seperti facebook, twitter, Instagram. Generasi ini tumbuh di era fenomena perkembangan internet [11].

Generasi milenial juga memiliki kesadaran akan tren fesyen sehingga bersedia untuk mengeluarkan 2/3 dari pendapatan mereka untuk membeli produk fesyen tanpa terlalu memikirkan harga produk.

Mereka mempunyai keinginan kuat untuk mencoba produk baru dengan harga mahal dibandingkan dengan kelompok usia lain [12]. Generasi milenial juga merupakan sasaran yang tepat untuk pemasaran batik dan menunjang perkembangan ekonomi UMKM karena karakter mereka yang konsumtif. Namun, dalam memasarkan produk batik perlu menggunakan media digital yang memiliki *storytelling* dan muatan konten yang menarik agar dapat menarik minat beli generasi milenial [13]. Penggunaan *influencer* juga dapat menjadi pilihan *brand* dalam menciptakan konten untuk promosi di media sosial dengan menyampaikan terlebih dahulu kepada *influencer* tersebut kelebihan dan cerita dibalik produk *brand* tersebut [14].

### 3. Wastra Batik

Menurut Irma Hadisurya, dalam kamus mode bahasa Indonesia yang banyak dirujuk oleh majalah mode di Indonesia, wastra adalah kata yang berasal dari bahasa Sansekerta yang artinya adalah kain dan mengacu pada kain yang dibuat dengan cara apa pun. termasuk rajutan dan kulit pohon, dan belum tentu dikembangkan secara tradisional [15].

Batik sebagai salah satu wastra tradisional Nusantara merupakan kain yang berakar dari budaya daerah dan kaya akan kandungan kearifan lokal sehingga berbicara tentang batik tradisional sama dengan berbicara tentang nilai-nilai tradisional yang melibatkan proses akulturasi budaya Jawa. budaya Hindu dan Islam serta budaya yang masuk.

Kearifan lokal adalah tradisi yang telah ada secara tradisional di suatu daerah dan dapat dipahami sebagai pengertian lokal yang merupakan pengertian kearifan, penuh kearifan, nilai baik, tertanam dan dilaksanakan oleh masyarakat. Pengamalan kearifan lokal dalam masyarakat dapat berupa nilai, norma, etika, kepercayaan, adat istiadat, hukum adat, dan aturan khusus [16].

Setiap wastra memiliki kekhasan dan keunikan dalam filosofi budaya dan proses pengerjaannya. Menurut Wieke Dwiharti, kain tradisional merupakan bagian penting dari budaya banyak suku di Indonesia, meliputi bahan yang digunakan, teknik pengerjaan, serta berbagai motif dan filosofi di baliknya. Wastra di Indonesia tidak hanya menjadi penutup tubuh tetapi masuk ke lubuk hati kehidupan masyarakat sejak lahir hingga meninggal. Dari dua pendapat di atas, jelas dikatakan bahwa tekstil tradisional Indonesia yang disebut wastra memiliki keunikan yang sangat tersembunyi dari sisi sejarah, proses pembuatan, motif, bahan, dan makna di balik penggunaannya.

Seperti Wastra batik yang berasal dari bahasa Jawa membuat titik. Pembuatan titik ini menggunakan media canting dan bahan malam yang diaplikasikan pada wastra sehingga menjadi sebuah corak. Bahan malam tersebut menjadi penahan masuknya bahan pewarna pada wastra. Batik tradisional menggunakan bahan, proses dan motif yang tradisional. Selain itu, wastra batik tradisional juga harus memiliki: *Seret* (tepihan yang tidak berhias, berwarna putih yang terdapat di ujung kiri-kanan wastra batik). *Isen* (berbentuk titik-titik, garis-garis, gabungan titik dan garis, sebagai penghias batik). *Kemada* (tepihan yang memiliki motif hiasan). Ragam hias lainnya seperti Kawung, Parang Rusak, Semen, Grompol, Nitik, Sidomukti [17].

### 4. Batik Jawa Hokokai

Batik Jawa Hokokai merupakan batik perpaduan antara budaya Jawa dan Jepang yang tercipta ketika masa pendudukan Jepang di Pekalongan pada tahun 1942-1945. Pada selembar kain batik ini terdapat visual berupa perpaduan garis geometris yang tertata sedemikian rupa dengan penataan dua pola yang berbeda [18].

Menurut Hartono Sumarsono, seorang pendiri toko batik dan kolektor batik yang telah mengoleksi aneka batik kuno Nusantara sejak 1986, batik Jawa Hokokai memiliki ciri yang tidak pernah ada di batik Nusantara yaitu adanya tambahan warna kuning serta motif bunga sakura [19]. Batik ini tercipta karena pengusaha Cina pada jaman tersebut harus menyesuaikan diri dengan pemerintahan Jepang. Dengan demikian, pada pembuatan motif berbasis wastra batik Jawa Hokokai ini hendaknya menggunakan simbol khas Jepang karena merupakan ciri khas utama.



**Gambar 2.** Theresia Aulia Catherine,  
Batik Jawa Hokokai, 27 Desember  
2018, batik, photo: liputan6.com.

Simbol memiliki kekuatan yang besar ketika sebuah masyarakat telah memiliki pengalaman yang sama dalam pemahaman pengetahuan akan tradisi budaya dan sentimen yang sama terhadap pengalaman dan tradisi tersebut. Contohnya adalah desain pada kain Kimono, termasuk simbol keluarga, yang mana penting bagi pengguna untuk mengetahui pakaian mana yang harus dikenakan berdasarkan pada kesempatan yang akan dihadiri.

Oleh sebab itu, dalam proses perancangan motif batik hendaknya mengetahui makna dari simbol-simbol yang digunakan pada berbagai motif kain tradisional Jepang yang telah menjadi bagian penting dari budaya dan masyarakat Jepang, agar motif yang diciptakan tidak menyinggung budaya tertentu dan sesuai dengan target yang disasar[20]. Beberapa simbol Jepang yang sering terlihat pada Batik Jawa Hokokai berdasarkan hasil observasi adalah:

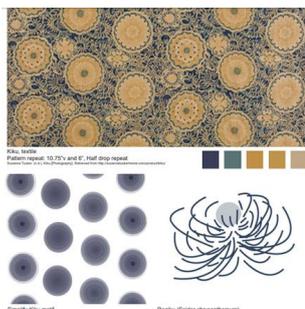
a. Sakura

Nikodinovska mengungkapkan bahwa bunga sakura mengalami evolusi bertahap dalam fungsinya sebagai simbol negara Jepang, dimulai sebagai simbol nasional sebelum jaman perang, kemudian menjadi simbol budaya *par excellence* yang mewakili Jepang, hingga kini menjadi pemegang peran penting dalam pertumbuhan *commercial nationalism* di Jepang [20].

Pohon sakura juga dianggap keramat sejak periode awal Jepang, selain karena keindahannya, pohon sakura juga memiliki fungsi praktis yaitu sebagai bagian yang memperkuat tanah di area aliran sungai. Kelopak bunga sakura juga dipercaya memiliki fungsi untuk memurnikan sehingga pada jaman Edo, pohon sakura ditanam di sepanjang sungai dan aliran air lainnya yang mana akhirnya membuat Jepang dikenal sebagai *the land of cherry blossoms*. Selain itu, representasi dari sakura sebagai “jiwa dari Jepang” juga berkembang pada abad ke-19 yang mana akhirnya menjadi keunikan dari Jepang.

b. Bunga Krisan

Bunga Krisan atau dalam bahasa Jepang “*Kiku*”, adalah salah motif tradisional yang timbul karena komunikasi langsung melalui perdagangan dan hubungan diplomatik antara Cina dan Jepang pada abad ke 8. Pada masa ini lah bunga Krisan diperkenalkan ke Jepang. Bunga krisan menyimbolkan umur panjang, rejuvenasi, dan musim gugur.



**Gambar 3.** *Kiku*, Contoh Eksplorasi  
Penggambaran Bunga Krisan, *Pattern  
Research Project: An Investigation of  
The Pattern And Printing Process – Kiku*

c. Kupu-kupu

Simbol binatang kupu-kupu ini berasal dari Cina yang akhirnya masuk ke Jepang dan menjadi motif populer sejak era Nara. Di Jepang, kupu-kupu memiliki makna kebahagiaan dan umur panjang serta dipercaya sebagai representasi dari jiwa yang hidup dan yang telah meninggal.

Adapun simbol Jepang lain yang akan dieksplorasi pada perancangan motif ini adalah burung bangau kertas. Bentuk burung bangau cukup umum ditemui pada kesenian melipat kertas Jepang atau origami. Burung bangau kertas atau *orizuru* ini dipopulerkan oleh Sadako Sasaki, seorang penyintas bom Hiroshima pada tahun 1945 yang pada akhirnya meninggal pada tahun 1955 karena leukemia akibat radiasi dari bom atom. Sadako membuat burung bangau kertas sebagai media penyalur rasa sakit yang dirasakan oleh orang tuanya dan dirinya. Sadako sendiri menyembunyikan penderitaan dan rasa sakitnya karena tidak ingin membuat khawatir orang di sekitarnya. Pada tahun 2007, Sadako *Legacy* mendonasikan burung bangau kertas ke berbagai negara yang membutuhkan penyembuhan. Pada tahun 2011, ketika Jepang mengalami gempa bumi sehingga reaktor nuklir Fukushima bocor, asosiasi keluarga yang terdampak oleh peristiwa 9/11 di Amerika mendonasikan sebuah burung bangau kertas yang terbuat dari serpihan *World Trade Centre* sebagai simbol harapan dan ketangguhan ketika menghadapi bencana [18]. Bertepatan dengan masa pandemi yang masih berlangsung, penggunaan simbol burung bangau kertas ini relevan dengan pesan positif yang ingin disampaikan kepada calon pengguna produk fesyen, yaitu selain simbol kedamaian juga harapan untuk sembuh dari penyakit.

### 5. Fesyen Batik

Dari hasil pengumpulan data literatur yang dilakukan, maka motif yang akan digunakan pada desain adalah kombinasi bunga sakura, krisan, kupu-kupu, dan burung bangau kertas. Setelah penetapan jenis motif yang digunakan, tahapan selanjutnya adalah menentukan pilihan warna berdasarkan proyeksi tren warna di tahun 2023. Tema tren warna ‘*Warm Mid-Century*’ yang terinspirasi dari kelanjutan gaya hidup yang berfokus pada kesejahteraan yang berbasis di rumah. Palet warna yang diimplementasikan pada motif dan warna solid terdiri dari warna-warna saturated and refined nostalgia yaitu terakota, *rooibos*, *mid-century blue*, *green fig*, *peach*, serta digital lavender yang merupakan warna kunci di tahun 2022-2023 [21].



Coloro:  
A: 017-43-20, B: 114-57-24, C: 024-75-15, D: 018-49-28, E: 062-71-14, F: 134-67-16  
Pantone:  
A: 18-1441 TCX, B: 17-4139 TCX, C: 15-1319 TCX, D: 18-1354 TCX, E: 15-6317 TCX, F: 15-3716 TCX

**Gambar 4.** WGSN, Palet Tren Warna 2022-2023, 2021.

**Tabel 1.** Hasil Desain Motif Batik Menggunakan Simbol Jepang dan Palet Tren Warna 2023

No	Desain	Foto Produk	Keterangan
1	 <p>Paulina Tjandrawibawa, <i>Scarf Batik Hokokai</i>, 2022, tekstil, 110 x 110cm, koleksi penulis</p>	 <p>Paulina Tjandrawibawa, <i>Scarf Batik Hokokai</i>, 2022, tekstil, 110 x 110cm, koleksi penulis</p>	<p>Dicetak pada kain <i>voile</i> berbahan dasar <i>polyester</i> dengan metode <i>digital printing</i>. Ukuran 110 x 110 cm.</p>

2



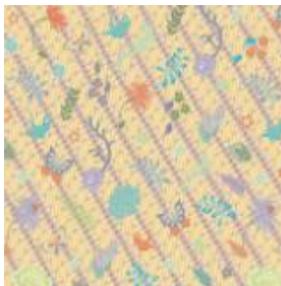
Marini Yunita Tanzil, *Desain Motif Batik Hokokai Buketan*, 2022, tekstil, 110 x 110cm, koleksi penulis.



Marini Yunita Tanzil, *Produk 'Kain Batik Hokokai Buketan'*, 2022, tekstil, koleksi penulis

Dicetak pada kain *cotton twill* 40s secara berulang dengan metode *digital printing*. Ukuran kain keseluruhan 550 x 147 cm.

3



Paulina Tjandrawibawa dan Marini Yunita Tanzil, *Desain Motif Batik Hokokai Buketan*, 2022, tekstil, 110 x 110cm, koleksi penulis.



Paulina Tjandrawibawa dan Marini Yunita Tanzil, *Produk 'Kain Batik Hokokai Parang'*, 2022, tekstil, koleksi penulis.

Dicetak pada kain katun *cotton twill* 40s secara berulang dengan metode *digital printing*. Ukuran kain 100 x 147 cm

Desain motif Hokokai diimplementasikan pada produk fesyen *ready-to-wear*. Pengembangan desain dimulai dengan melakukan riset tren gaya hidup dan fesyen untuk tahun 2022. Sejak tahun 2020, minat pasar terhadap *loungewear* terus meningkat. Tren busana yang nyaman telah menjadi busana pokok sehari-hari untuk dikenakan baik di dalam maupun di luar rumah. Konsumen telah mulai berbondong-bondong untuk bepergian ke luar, namun busana yang nyaman dan kasual masih menjadi prioritas dan pilihan koleksi busana utama. Tren *loungewear* utama di tahun 2022 adalah set *button-down*, terusan, dan *outerwear* dengan siluet yang unik, warna cerah, dan motif yang menarik.



**Gambar 5.** Vincentia Deavy Pamvelia Soeganda, Tiga Tampilan Desain *Loungewear*. Menggunakan Motif Batik Hokokai, 1 Maret 2022, media digital.

Setelah selesai membuat desain motif, tahapan selanjutnya adalah menentukan model pakaian. Menurut Meity Sutandi, *Sales and Marketing Director* dari Parang Kencana[3], generasi muda menyukai pakaian batik dengan gaya *ready-to-wear* yang sedikit mengarah ke *streetwear*. Busana batik yang paling diminati wanita adalah *blouse* atau atasan yang simpel dan bisa dipadukan dengan *jeans* maupun *sneakers*. Oleh sebab itu, desain busana yang diciptakan terdiri dari *dress*, *outerwear*, set *button-down shirt* dan celana panjang yang memiliki siluet dan *fitting* yang nyaman serta desain sehingga cocok untuk dikenakan di dalam maupun luar rumah. Kain bermotif dipadukan dengan kain polos berwarna

*terracotta* dan lavender yang senada dengan warna-warna yang terkandung di motif. Material yang digunakan untuk kain motif dan kain polos adalah katun dengan jenis anyaman *twill* untuk memberikan kenyamanan dan kesan semi formal.

## KESIMPULAN

Sejak ditetapkan Batik tanggal 2 Oktober sebagai hari batik Nasional dan setiap Jumat semua pekerja atau mahasiswa wajib menggunakan batik, kebutuhan dan penjualan batik meningkat dengan pesat. Tetapi pemilihan motif Batik antara pekerja dengan generasi Milenial tentulah berbeda. Kalangan milenial tidak tertarik dengan batik dikarenakan faktor motif atau desain batik yang tua, dan warna yang monoton. Generasi milenial tidak ingin menggunakan batik dengan motif seperti orang tua. Generasi muda lebih tertarik dengan motif batik yang merupakan gabungan antara modern dan tradisional. Dari segi warna, generasi milenial cenderung memilih warna-warna terang seperti merah, ungu, kuning, dan putih. Oleh sebab itu, dengan melihat adanya potensi tersebut, penulis menciptakan motif batik yang dapat menarik perhatian generasi muda dengan menerapkan pola *loungewear* yaitu pakaian santai yang nyaman dikenakan namun tetap sesuai untuk di kenakan diluar rumah maupun untuk *online meeting*. Batik Jawa Hokokai dipilih karena merupakan batik perpaduan antara budaya Jawa dan Jepang yang tercipta ketika masa pendudukan Jepang di Pekalongan. Dalam batik Hokokai terdapat visual berupa perpaduan garis geometris yang tertata sedemikian rupa dengan penataan dua pola yang berbeda. Desain motif Hokokai diimplementasikan pada produk fesyen *ready-to-wear*.

Generasi muda menyukai pakaian batik dengan gaya *ready-to-wear* yang sedikit mengarah ke *streetwear*. Busana batik yang paling diminati wanita adalah *blouse* atau atasan yang *simple* dan bisa dipadukan dengan *jeans* maupun *sneakers*. Oleh sebab itu, desain busana yang diciptakan terdiri dari *dress*, *outerwear*, *set button-down shirt* dan celana panjang yang memiliki siluet dan *fitting* yang nyaman serta desain sehingga cocok untuk dikenakan di dalam maupun luar rumah. Kain bermotif dipadukan dengan kain polos berwarna *terracotta* dan lavender yang senada dengan warna-warna yang terkandung di motif. Material yang digunakan untuk kain motif dan kain polos adalah katun dengan jenis anyaman *twill* untuk memberikan kenyamanan dan kesan semi formal. Selain koleksi pakaian, diciptakan pula desain *scarf* Batik Hokokai sebagai aksesoris fesyen yang dapat dipadupadankan dengan pakaian sehari-hari dengan menggunakan kain jenis berbeda dengan pakaian yaitu katun *voile* dan satin yang lebih tipis agar nyaman dikenakan.

Hasil perancangan desain Batik Hokokai ini masih dapat dikembangkan lebih lanjut dengan mengeksplorasi ulang susunan elemen motif batik dan bahan kain yang digunakan agar dapat menjangkau selera generasi milenial lebih luas lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Dilanda Pandemi, Ekspor Batik Indonesia Mampu Tembus USD 21,5 Juta. Kemenperin, <https://www.kemenperin.go.id/> (2020, accessed 7 February 2022).
- [2]. Dua Generasi Ini Jadi Penyumbang Terbesar Transaksi E-commerce di RI. Kompas, <https://money.kompas.com/read/2020/08/04/190000226/dua-generasi-ini-jadi-penyumbang-terbesar-transaksi-e-commerce-di-ri?page=all> (accessed 12 March 2022).
- [3]. Tren Warna dan Motif Batik yang Digandrungi Anak Muda. Kumparan.com, <https://kumparan.com/kumparanstyle/tren-warna-dan-motif-batik-yang-digandrungi-anak-muda-1534407778033628248> (accessed 28 January 2022).
- [4]. H. A. Amira and M. S. Ramadhan. 2018. Eksplorasi Motif Jawa Hokokai Dengan Teknik Batik Cap Pada Material Denim. Jurnal ATRAT. 6. 3:272-279.
- [5]. M.A. J. Purnomo. 2013. Batik "Djawa Hokokai" Sebuah Fenomena Tentang Batik Di Masa Pendudukan Jepang Di Pekalongan. Surya Seni. Yogyakarta.
- [6]. Millennial Trends 2016. Yuswohady, <http://www.yuswohady.com/2016/01/17/millennial-trends-2016> (accessed 15 February 2022).
- [7]. Simmel, G. 1957. Fashion. American Journal of Sociology. 62. 6:541-566.
- [8]. Svendsen. L. 2006. Fashion: A Philosophy. Reaktion Books. London.
- [9]. Tanzil, M. Y. 2018. Penerapan Inspirasi Fauna Dan Flora Sumatera Terhadap Perancangan Motif Tekstil Kontemporer. Serat Rupa Journal of Design. 2. 2:130-147.
- [10]. Lyons, S. 2004. An exploration of generational values in life and at work. Thesis. Department of Management. Carleton University. Ottawa. (Thesis).

- [11]. Lancaster, L. C. and Stillman, D. 2002. *When Generations Collide: Who They Are. Why They Clash. How to Solve the Generational Puzzle at Work*. Collins Business. New York.
- [12]. Han Gia Vuong and Minh Tan Nguyen. 2018. Factors Influencing Millennials' Purchase Intention towards Fast Fashion Products: A Case Study in Vietnam. *International Journal of Social Science and Humanity*. 8. 8:235-240.
- [13]. S. Audianty and Y. Y. Sunarya. 2021. Analisis Ketertarikan Generasi Milenial Untuk Perancangan Batik Malangan. *Moda The Fashion Journal*. 3. 2:38-57.
- [14]. P. Tjandrawibawa. 2020. The Effect of Using Instagram Influencers in Building Conseva's Brand Awareness. *The Winners*. 21. 1: 67-73.
- [15]. H, Irma. 2011. *Kamus Mode Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [16]. I. K. Johannes. 2016. Bank Syariah Dalam Akulturasi dan Kearifan Lokal Lembaga Keuangan di Bali. Pp. 127-138. *Proceeding Seminar Nasional II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas*. Universitas Andalas, Padang.
- [17]. Parmono, K. 1995. Simbolisme Batik Tradisional. *Jurnal Filsafat*. 23:28-35.
- [18]. S. Paramanandana, I. Lutfi, and L. Ayundasari. 2021 Penetrasi Jepang Dan Dampaknya Terhadap Batik Pekalongan, 1930-1945. *Agastya: Jurnal Sejarah Dan Pembelajarannya*. 11. 2: 120-133.
- [19]. H. Ishwara, L. R. S. Yahya, and X. Moeis. 2016. *Batik Pesisir an Indonesian Heritage: Collection of Hartono Sumarsono*. Kepustakaan Popular Gramedia. Jakarta.
- [20]. M. A. J. Purnomo. 2012. *Mutiara Terpendam Di Masa Pendudukan Jepang Di Pekalongan Itu Bernama "Batik Djawa Hokokai*. ISI Press. Surakarta.
- [21]. Warm Midcentury Colour Trend 2022. WGSN, <http://www.wgsn.com> (2022, accessed 24 January 2022).