



JAMBURA JOURNAL CIVIC EDUCATION
<http://ejurnal.ung.ac.id/index.php./jacedu>
E-ISSN : 2798-4818
P-ISSN: 2808-2249

WUJUD NASIONALISME DI MEDIA DIGITAL (ANALISIS *TWEET* TENTANG BAJU BATIK DI PUNCAK KTT G20)

Gita Juniarti¹, Nikolaus Ageng Prathama²

¹ Jurusan Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo

² Jurusan Hubungan Masyarakat, PSDKU, Universitas Diponegoro

(gita@ung.ac.id)

(nikolausagengp@lecturer.undip.ac.id)

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima (Februari) (2023)
Disetujui (Mei) (2023)
Dipublikasikan (Mei) (2023)

Kata Kunci:

Batik, Identitas negara, Indonesia, Twitter, Warisan Budaya

Abstrak

Batik merupakan identitas kultural negara Indonesia. Pada November 2022, tepatnya ketika acara puncak penutupan KTT G20 di Bali, beredar foto di Twitter Perdana Menteri (PM) Inggris, Rishi Sunak; yang berdiri di dekat PM Kanada, Justin Pierre James Trudeau; Presiden FIFA, Gianni Infantio; Ketua Eksekutif Forum Ekonomi Dunia, Davos Klaus Martin Schwab; dan Menteri Perdagangan Indonesia, Zulkifli Hasan, yang menggunakan baju batik. Foto tersebut dipublikasi oleh tiga pekerja media di Inggris, yaitu Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi, disertai dengan cuitan yang menyindir baju Batik yang digunakan oleh mereka. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif untuk menganalisis komentar para warganet di reply dari cuitan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa warganet di Indonesia mengecam tiga pekerja media di Inggris tersebut karena mereka dinilai telah menyinggung Batik sebagai identitas dari negara Indonesia. Dari ribuan komentar yang membalas cuitan tiga pekerja media di Inggris tersebut, tidak ada komentar yang mendukung cuitan mereka. Komentar didominasi oleh pertentangan dan kecaman dari warganet Indonesia, serta komentar netral yang menjelaskan tentang Batik sebagai warisan budaya di Indonesia. Tindakan dari warganet Indonesia di Twitter menunjukkan sikap nasionalisme dari tindakan bela negara dan cinta tanah air di tengah fenomena gempuran digital yang menimbulkan ancaman masuknya ideologi asing.

PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu identitas kultural yang dimiliki oleh negara Indonesia (Iskandar & Kustiyah, 2017). Batik di Indonesia memiliki beragam motif, dimana penciptaan motif tersebut menyesuaikan dengan alam lingkungan di tempat penciptaan batik tersebut, sehingga memunculkan perbedaan filosofi antara batik di satu tempat maupun tempat lain di Indonesia (Agustin, 2014). Sebagai contoh, batik yang diproduksi di Kabupaten Purbalingga menunjukkan ciri khas dari motif hewan Lawa, Goa Lawa, dan

berbagai flora serta fauna di sekitar wilayah Kabupaten Purbalingga (Wardoyo et al., 2019). Berbeda halnya dengan batik yang diproduksi di kota dan kabupaten di Provinsi Papua, dimana batik tersebut didominasi dengan motif burung Cendrawasih, buaya, dan cicak (Azhari & Sulistiyawati, 2018). Dengan demikian, batik merupakan representasi dari setiap daerah di Indonesia, mulai dari Sabang sampai Merauke.

Batik mendapatkan penghargaan dari UNESCO sebagai warisan budaya di Indonesia. Pengakuan dunia atas batik Indonesia pun diikuti oleh tindakan-tindakan dari masyarakat di Indonesia yang mulai melestarikan Batik sebagai bagian dari Indonesia (Iskandar & Kustiyah, 2017). Alasan generasi milenial menggunakan batik pun karena motivasi untuk melestarikan budaya Indonesia, terutama ketika polemik yang pernah muncul antara Indonesia dan Malaysia terkait kepemilikan batik (Elmiani, 2020).

Pada beberapa acara-acara besar di Indonesia, penggunaan batik telah menjadi budaya yang tidak dapat ditinggalkan. Sebagai contoh, ketika Presiden Indonesia, Joko Widodo, bertemu dengan Perdana Menteri Singapura, Lee Hsien Loong, di acara Leaders Retreat Indonesia-Singapura pada 25 Januari 2022, mereka berdua menggunakan batik. Begitu pula dengan Direktur Jenderal Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) Tedros Adhanom Ghebreyesus ketika mengadakan pertemuan dengan para Menteri Kesehatan G20 di Jogjakarta pada 21 Juni 2022, Dirjen tersebut menggunakan batik. Ketika kontes pemilihan kepala negara pun, para calon presiden menunjukkan kesan mengenai kecintaan mereka terhadap bangsa Indonesia dengan cara menggunakan Batik (Juniarti et al., 2018).

Batik pun juga dikenakan oleh para delegasi Dewan Keamanan (DK) di Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) ketika menghadiri pertemuan di New York, USA, pada tahun 2019 silam, tepatnya ketika Indonesia terpilih menjadi penanggungjawab dari DK PBB tersebut (Seba, 2021). Pertemuan tersebut dipimpin oleh Menteri Luar Negeri, Retno Marsudi. Para delegasi dari berbagai negara menghadiri pertemuan tersebut dengan menggunakan *dress code* batik untuk menghargai negara Indonesia.

Penjabaran di atas menunjukkan bahwa batik telah melekat dengan identitas bangsa Indonesia. Batik tidak hanya terkenal di Indonesia saja, tetapi juga sudah mencapai ranah internasional. Tak heran jika para tokoh-tokoh luar negeri turut menggunakan Batik di acara Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20 yang digelar di Bali

pada November 2022. Salah satu motif batik yang digunakan adalah Batik Sidomukti yang terbuat dari soga alam (Kominfo, 2022). Makna dari corak Batik Sidomukti tersebut adalah sumber kehidupan, karena terdapat gabungan antara unsur tumbuhan dan burung Garuda selaku lambang yang melekat dari negara Indonesia (Anggraini & Affanti, 2020).

Kehadiran media sosial membuat penyampaian pesan menjadi lebih cepat, sehingga *feedback* dari khalayak pun mudah untuk diperoleh. Dampaknya, opini publik terkait suatu isu dapat menyebar dengan sangat cepat (Syarief, 2018). Twitter juga merupakan salah satu dari media sosial yang membangu penggunaanya untuk mempublikasikan pernyataan apapun, sehingga para pengguna Twitter lain dapat membaca, memahami, dan memberikan *feedback* dari cuitan di Twitter. Salah satu cuitan dari warganet yang ditumpahkan di Twitter adalah cuitan mengenai baju Batik yang digunakan oleh para pemimpin negara di acara KTT G20 di Bali.

Cuitan Twitter pertama disampaikan oleh Mahyar Tousi dari London. Pria yang berprofesi sebagai Youtuber itu mengatakan, "*What on earth are these idiots wearing?!*". Cuitan itu dipublikasikan pada 16 November 2022. Tweet dari Mahyar Tousi tersebut memperoleh *retweet* sejumlah 243, *quote tweets* sejumlah 235, dan *likes* yang mencapai 1.075. Cuitan Twitter selanjutnya dilakukan oleh Keenan Bexte yang berprofesi sebagai jurnalis. Ia mengatakan, "*What is the these WEF goons and the weird clothes?*". Cuitan selanjutnya diutarakan oleh penyiar radio dari Inggris, Sophie Corcoran. Ia mengatakan dalam akun pribadinya, "*Why are they all dressed the same and like that?*". Ia mengakhiri Tweet tersebut dengan *emote* tertawa. Hasilnya, *tweet* yang ia publikasikan memperoleh 1,310 *retweet*, 6,675 *quote tweets*, dan 6,054 *likes*.

Adapun foto yang dikomentari oleh mereka adalah foto Perdana Menteri (PM) Inggris, Rishi Sunak, yang berdiri di dekat PM Kanada, Justin Pierre James Trudeau. Di dalam *frame* tersebut, terdapat Presiden FIFA, Gianni Infantio; Ketua Eksekutif Forum Ekonomi Dunia, Davos Klaus Martin Schwab; dan Menteri Perdagangan Indonesia, Zulkifli Hasan. Kelima orang itu menggunakan batik ketika acara gala dinner yang digelar di Bali pada Selasa, 15 November 2022.

Gambar 1. *Tweet* dari Keenan Bexte dan Mahyar Tousi yang viral di Twitter



(Sumber: Twitter, diakses pada 1 Januari 2023)

Jurnal penelitian ini menganalisis tentang implementasi dari nasionalisme yang diutarakan oleh warganet Indonesia melalui Twitter. Ideologi nasionalisme lahir dari kesadaran kolektif yang dipicu oleh perasaan senasib di masa lalu dan di masa yang sedang dijalani. Ideologi tersebut juga lahir karena masyarakat di Indonesia memiliki cita-cita yang sama untuk masa depan (Anwar, 2014). Nasionalisme memiliki pengertian sebagai sesuatu yang sangat penting bagi kehidupan berbangsa dan bernegara, sehingga nasionalisme yang tinggi dari sebuah bangsa harus dipupuk dan ditumbuhkan dengan kuat. Jika nasionalisme dapat berdiri tegak dan memiliki hati diri yang kuat, maka bangsa tersebut akan bertahan dari gempuran dari luar wilayah (Alfaqi, 2016), termasuk opini publik yang dibangun oleh para jurnalis dan Youtuber asing melalui media sosial. Oleh sebab itu, hasil dari penelitian ini akan memperlihatkan tentang opini public yang dibangun oleh masyarakat Indonesia melalui Twitter untuk melakukan bela negara kepada serangan-serangan asing yang dilakukan di media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Penelitian ini akan mendeskripsikan tentang komentar-komentar dari warganet di *reply* Twitter milik Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi. Komentar tersebut akan diklasifikasikan menjadi komentar yang memiliki unsur mendukung dari penulis *tweet* tersebut, komentar yang menentang atau tidak setuju dengan *tweet* tersebut, dan komentar yang netral. Klasifikasi tersebut akan menjadi data untuk menganalisis tentang

bagaimana warganet mengomentari tentang Batik yang digunakan oleh para tokoh di KTT G20. Pada akhir penelitian, informasi yang diperoleh dari *reply* di Twitter Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi tersebut diolah menjadi tulisan berisi solusi dari masalah yang dianalisis, sehingga masalah itu dapat terselesaikan (Morissan, 2019). Penelitian tentang gambar di media sosial dapat menggunakan tipe penelitian kualitatif, dimana tipe ini akan menjabarkan tentang bagaimana audiens membaca gambar yang dipublikasikan di Twitter selaku media sosial (Belk, 2017).

Adapun teknik pencarian data yang dilakukan pada penelitian ini adalah pencarian data dengan cara observasi *online* dan dokumentasi. Observasi *online* itu dilakukan di Twitter. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan cara melakukan *screenshot* gambar dari Twitter dan dokumentasi berupa buku, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu. Hasil dari observasi *online* dan dokumentasi akan dikolaborasikan temuan, dimana hal itu dijabarkan pada subbab hasil dan pembahasan.

HASIL PENELITIAN

Batik di Indonesia berkaitan erat dengan berkembangnya Kerajaan Majapahit di Pulau Jawa. Selain itu, Batik di Indonesia juga berkaitan dengan penyebaran ajaran-ajaran dari agama Islam di Pulau Jawa (Deden, 2017). Tak heran jika kehadiran Batik seringkali dikaitkan dengan Pulau Jawa. Kesenian Batik pun dikenal di Indonesia ketika masa Kerajaan Majapahit, lalu berlanjut di Kesultanan Mataram, Kasunanan Surakarta, dan Kesultanan Yogyakarta, dimana masih berlangsung hingga saat ini.

Di ranah internasional, teknik membatik telah dikenal sejak seribu tahun lalu, bahkan lebih, dari Mesir Kuno. Teknik membatik pun meluas ke negara-negara lain, seperti Sri Lanka, Bangladesh, negara-negara di Afrika di bagian barat, hingga mencapai Thailand, Malaysia, dan Indonesia (Deden, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa teknik untuk membatik sangat terkenal di kalangan Asia, tetapi menjadi sesuatu yang asing untuk kalangan Eropa.

Batik tidak hanya dikenal dari pulau Jawa saja, tetapi Batik telah menjadi isu baru yang digunakan oleh Indonesia. Batik telah menjadi *brand* dan identitas dari Bangsa Indonesia. Penggunaan Batik merupakan sebuah inovasi baru dalam membangun identitas dari negara, yakni negara Indonesia (Hakim, 2018). Oleh sebab itu, pembelaan masyarakat Indonesia terkait batik yang dibicarakan Warga Negara Asing (WNA) di

media sosial Twitter ketika Puncak KTT G20 menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia di dunia maya pun turut meyakini bahwa Batik merupakan identitas bangsa Indonesia, sehingga ketika WNA membicarakan hal buruk tentang Batik, maka masyarakat Indonesia turut membela Batik tersebut sebagai bagian dari bangsa Indonesia.

Hasil Penelitian

Hasil dari observasi *online* terkait komentar di Twitter terhadap baju batik yang digunakan oleh para pemimpin negara dan tokoh dunia pada puncak KTT 20 di Bali, terdapat tiga *public figure* yang mempublikasikan tentang foto-foto tersebut, beserta komentar negatif yang menyindir baju batik, dan memperoleh banyak *reply* pada Tweet mereka. Tiga orang tersebut adalah Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi. Berdasarkan *profile* yang dicantumkan oleh tiga tokoh tersebut, tertulis di biodata mereka bahwa Sophie Corcoran adalah penyiar radio, Kean Bextie adalah seorang *editor in chief* di media televisi, dan Mahyar Tousi adalah Youtuber. Ketiga tokoh ini berasal dari negara yang sama, yaitu Inggris. Berdasarkan data yang diperoleh pada Desember 2022, Sophie Corcoran memiliki 160 ribu pengikut di Twitter, Kean Bextie memiliki 245 ribu pengikut, dan Mahyar Tousi memiliki 157 ribu pengikut.

Pencarian data dilakukan pada Desember 2022, dimana data tersebut berupa *reply* dari para pengguna akun Twitter. *Reply* tersebut berpusat pada *tweet* Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi tentang penggunaan baju batik di penutupan KTT G20 di Bali. Berdasarkan data-data yang ditemukan dari *reply* Tweet mereka, data tersebut antara lain:

Tabel 1 Hasil temuan penelitian

No.	Temuan di Twitter	Sophie Corcoran	Kean Bextie	Mahyar Tousi
1.	Jumlah <i>reply</i>	1,935	633	243
2.	Jumlah <i>retweet</i>	7,979	582	235
3.	Jumlah <i>likes</i>	6,026	3.136	1.075

Sumber: Olah data peneliti, (Desember 2022)

Hasil dari data-data tersebut menunjukkan bahwa *tweet* yang dikeluarkan oleh Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi dikomentari ratusan, bahkan ribuan pengguna Twitter. Pada penelitian Juditha (2018), disebutkan bahwa akun media sosial yang memiliki *followers* banyak dan stabil dalam peningkatan jumlah *followers* tersebut,

maka pesan-pesan yang dipublikasikan oleh pemilik media sosial tersebut dalam terdistribusi secara bersamaan. Pesan tersebut juga dapat diterima oleh *followers* dari beragam kelas dan golongan (Juditha, 2018). *Followers* dari Twitter Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi berjumlah lebih dari 100 ribu pemilik akun, sehingga opini yang disampaikan oleh ketiga tokoh tersebut dapat disebarluaskan oleh *followers* mereka. Artinya, opini publik pun dapat terbentuk dengan cepat, termasuk opini mereka tentang penggunaan baju batik yang menjadi pakaian resmi dari tokoh-tokoh terkenal pada penutupan KTT G20 di Bali.

Reply atau komentar dari warganet di akun Twitter Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi pun bermacam-macam. Komentar tersebut berbentuk denotasi hingga sarkasme. Penyajiannya pun bermacam-macam, mulai dari berkomentar dengan kata-kata, menampilkan *sticker*, menampilkan gambar, menampilkan *meme comic*, dan menampilkan *link* berita untuk mendukung argumentasi dari individu yang mengomentari tentang *tweet* dari tiga tokoh tersebut. *Tweet* tersebut memperoleh *reply* positif, negatif, dan netral untuk setiap argumentasi yang dikeluarkan. Kata-kata yang digunakan pada *reply* akan menentukan dimana *reply* tersebut ditempatkan, mulai dari penempatan positif, negatif, dan netral.

Berdasarkan hasil observasi *online*, *reply* di akun Twitter Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi cenderung bersifat positif kepada Batik yang digunakan oleh para tokoh dunia. *Reply* tersebut tidak hanya diberikan oleh masyarakat dari negara Indonesia saja, tetapi juga WNA. Tak sedikit *tweet* di *reply* yang menuturkan bahwa tindakan tiga orang tersebut berkaitan dengan kepentingan politik, sehingga cemooh terhadap baju batik yang digunakan bukanlah tujuan yang sebenarnya.

Adapun komentar yang dilihat pada akun Twitter milik Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi adalah komentar berbentuk *reply* yang dapat dilihat dan dibalas oleh publik saja. Peneliti tidak menghitung keseluruhan komentar di akun Twitter milik Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi, karena pengguna Twitter dapat melakukan *setting* di media sosial Twitter agar *tweet* mereka dapat dilihat atau tidak. Jika akun seseorang digembok (*lock*), maka komentarnya hanya terhitung secara kuantitas, tetapi komentar tersebut tidak dapat dilihat. Komentar tersebut hanya dilihat oleh

followers dari pemilik akun Twitter yang digembok saja, dimana komentar tersebut tidak dapat dilihat oleh publik.

Komentar-komentar positif yang diutarakan oleh warganet di media sosial adalah komentar yang mendukung opini dari Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi. Sementara itu, komentar negatif yang dikatakan oleh warganet berbunyi sarkasme dan caci maki, dimana sarkasme dan caci maki tersebut bukan tertuju pada Batik yang digunakan oleh para tokoh dunia, tetapi ditujukan kepada ucapan Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi kepada Batik yang digunakan oleh para tokoh dunia tersebut. Komentar negatif yang dimaksud adalah komentar yang menentang ucapan yang disampaikan oleh Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi. Sindiran tersebut ditujukan karena tiga *public figure* tersebut menyinggung tentang Batik yang menjadi identitas negara Indonesia. Sementara itu, warganet yang berkomentar netral cenderung menjelaskan bahwa Batik adalah warisan budaya (*heritage*) dari Indonesia. Penjelasan tersebut berisi penjelasan yang memiliki makna denotatif, yaitu makna yang menjelaskan bahwa Batik berasal dari Indonesia dan Batik merupakan warisan budaya di Indonesia.

Hasil dari telaah di *reply* dari Twitter Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi menunjukkan bahwa *reply* dari *tweet* mereka tidak menunjukkan dukungan untuk ucapan-ucapan mereka. Warganet justru menyerang dan tidak mendukung hal-hal yang diutarakan oleh Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi melalui *tweet* mereka. Dengan demikian, tidak ada *tweet* yang bernada positif atau mendukung ucapan yang dipublikasikan oleh tiga *public figure* di akun Twitter milik mereka.

Tweet yang diucapkan justru lebih didominasi oleh *tweet* yang menentang dan tidak setuju dengan ucapan dari tiga *public figure* tersebut. *Tweet* lainnya yang mendominasi adalah *tweet* dengan ucapan netral. *Tweet* tersebut memihak manapun dan hanya memberikan penjelasan tentang Batik sebagai ciri khas dari Indonesia. Adapun komentar-komentar negatif yang ditujukan warganet kepada Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi adalah *tweet* yang menentang. *Tweet* yang bersifat sindiran, salah satunya dari pemilik akun @lyndaibrahim. Akun tersebut mengatakan bahwa Sophie Corcoran justru memperkenalkan Batik sebagai bagian dari negara Indonesia.

Akun @lyndaibrahim pun menyertakan *link* berita ketika membalas atau mencantumkan *reply*. Berikut ini adalah *tweet* dari Lynda Ibrahim:

Gambar 2. *Tweet* dari Lynda Ibrahim yang memperkenalkan tentang Batik



(Sumber: Twitter, diakses pada 6 Januari 2023)

Selain itu, akun Twitter @tiredseyo juga mengatakan bahwa para pemimpin negara pun akan mengenakan seragam yang sama. Seragam tersebut, salah satunya adalah *suite* hitam. *Tweet* itu menyiratkan bentuk sarkasme, bahwa pertemuan dimanapun, termasuk di Indonesia, tidak masalah jika menggunakan baju seragam.

Gambar 3. *Tweet* yang bersifat sarkasme tentang penggunaan baju batik



(Sumber: Twitter, diakses pada 6 Januari 2023)

Komentar (*reply*) yang menyertakan gambar pun dilakukan oleh warganet di Indonesia. Komentar tersebut lebih kepada subjektifitas dari penulis *tweet* tersebut, yaitu

Sophie Corcoran. Komentar itu menyertakan gambar dari Sophie Corcoran yang mengenakan *dress* berwarna merah. Tujuannya adalah untuk membandingkan *dress* yang digunakan Sophie Corcoran dengan Batik yang digunakan oleh para tokoh dunia, dimana Batik tersebut menjadi ciri khas dari negara Indonesia.

Gambar 4. *Tweet* dari Duta Zwasimbia yang memperkenalkan tentang Batik



(Sumber: Twitter, diakses pada 6 Januari 2023)

Adapun warganet yang berkomentar bukan hanya dari Indonesia saja. Salah satu warganet yang melakukan *reply* di Twitter @sophielouisec adalah WNA asal Inggris. Ia menjelaskan tentang Indonesia sebagai 'rumah' dari Batik tersebut. Bahkan, ia juga menjelaskan tentang warisan-warisan budaya lain yang berada di Indonesia, seperti baju kerrawang dan kain ulos. WNA dengan akun Twitter @BruceEmond tersebut juga menyertakan foto tokoh-tokoh dunia lain yang menggunakan Batik di acara penting, sehingga penggunaan baju batik di acara besar internasional bukan lagi sesuatu yang baru. *Tweet* tersebut merupakan *tweet* netral yang menjelaskan tentang warisan budaya (*heritage*) dari Indonesia.

Gambar 5. *Tweet* dari @BruceEmond tentang Batik

(Sumber: Twitter, diakses pada 6 Januari 2023)

Pembahasan

Nasionalisme di Indonesia lahir ketika penduduk di Indonesia berada di bawah pemerintahan jajahan Belanda, dimana ideologi tentang nasionalisme ini menjadi sebuah kesadaran kolektif. Ideologi ini muncul karena masyarakat di Indonesia merasakan nasib yang sama, serta memiliki cita-cita yang sama pula (Anwar, 2014). Rasa nasionalisme sepatutnya tidak pernah berubah meskipun zaman sudah semakin berkembang dengan hadirnya teknologi. Terlebih lagi, masyarakat di era digital lebih memilih untuk mengikuti perubahan agar tidak merasa tertinggal, sehingga satu per satu budaya lama ditinggalkan dan digantikan dengan hal-hal yang lebih sesuai dengan masa depan, seperti gadget dan media sosial (Pureklolon, 2020).

Batik merupakan salah satu warisan khas dari budaya Indonesia. Kehadiran teknologi mendorong kehadiran media sosial, sehingga ideologi-ideologi asing pun semakin mudah memasuki Indonesia dan menyentuh para muda mudi yang akrab dengan teknologi. Teknologi dapat mempengaruhi gaya hidup para generasi muda karena teknologi dapat memperkenalkan gaya hidup yang bersifat hedonisme, gaya hidup liberal, dan gaya hidup lain yang tidak sesuai dengan Pancasila. Terlebih lagi, gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan individu untuk mengikuti *trend fashion* (Arsita & Sanjaya, 2021). Budaya global akhirnya dapat mempengaruhi makna dan

identitas, nilai dan keyakinan, serta memiliki ancaman untuk melegitimasi identitas-identitas dan sistem makna yang khas (Nasution, 2017).

Batik telah lahir pada abad ke-16, sehingga Batik seringkali disandingkan dengan baju-baju yang digunakan oleh generasi yang lahir pada era *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y. Padahal, menggunakan Batik merupakan salah satu wujud dari kecintaan pada tanah air. Di sisi lain, pada hasil temuan di atas, terdapat bukti nyata bahwa masyarakat Indonesia menggunakan kemajuan teknologi, yaitu menggunakan media sosial Twitter untuk mengecam *tweet* dari tiga *public figure* asal Inggris. Masyarakat Indonesia berupaya untuk menyuarakan ketidaksetujuan mereka atas *tweet* Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi terkait batik Indonesia yang digunakan oleh para pemimpin dari berbagai negara di penutupan KTT G20.

Pembelaan masyarakat Indonesia terhadap baju batik yang dikomentari oleh warga asing di Twitter terlihat dari *reply* yang dicantumkan di Twitter. Sebagai contoh, *reply* yang diutarakan oleh Lynda Ibrahim dengan akun Twitter @lyndaibrahim, ia mengatakan bahwa ia berterima kasih pada warga asing bernama Sophie Corcoran. Sophie Corcoran adalah salah satu warga asing yang menuliskan hal buruk tentang batik yang digunakan oleh tokoh-tokoh dunia pada acara Puncak KTT G20. Kata-kata dari Sophie Corcoran tentang Batik memancing masyarakat di berbagai belahan dunia semakin mengetahui bahwa Batik berasal dari Indonesia. Salah satunya adalah Lynda Ibrahim yang mencantumkan *link* berita. *Link* itu menunjukkan bahwa Batik di Indonesia pun sangat beragam dan mendunia, hingga tokoh terkenal Christian Dior pun turut menggunakan batik. Selain memperkenalkan batik, Lynda Ibrahim juga mewujudkan rasa nasionalismenya dengan memperkenalkan kain-kain lain yang menjadi warisan budaya (*heritage*) di Indonesia.

Tweet yang diutarakan oleh seseorang di media sosial, khususnya Twitter, dapat menggiring opini publik para pembaca kepada isu-isu tertentu. Dengan adanya kebebasan dalam menggunakan Twitter, terdapat cuitan yang bersifat negatif. Sifat negatif tersebut berhubungan dengan provokasi, menghina, atau menyerang privasi seseorang, sehingga terdapat hal penting yang harus menjadi perhatian bagi individu ketika mengutarakan sesuatu melalui Twitter (Alkatiri et al., 2020) . Twitter milik tiga *public figure* di atas menunjukkan bahwa mereka memiliki banyak *followers*, sehingga

mudah bagi mereka untuk mendapatkan komentar balasan dari para warganet. Opini mereka dapat tersampaikan kepada publik ketika *followers* melakukan *retweet*, *quote tweets*, dan *likes*.

Adapun nilai-nilai yang terkandung dalam bela negara yaitu cinta tanah air, kesadaran berbangsa dan bernegara, meyakini bahwa Pancasila sebagai ideologi negara, rela berkorban untuk bangsa dan negara, dan memiliki kesiapan fisik dan psikis (Widodo, 2021). Ketika masyarakat Indonesia melakukan pembelaan di media sosial terkait *tweet* yang ditulis oleh Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi terkait Batik Indonesia, hal itu termasuk dalam indikator dari cinta tanah air. Hal ini mencerminkan bahwa masyarakat Indonesia bangga dalam menggunakan batik yang diproduksi oleh tangan-tangan para pembatik Indonesia.

SIMPULAN

Potret dari para tokoh global dan pemimpin negara di acara KTT G20 yang menggunakan Batik mendapatkan sindiran dari tiga *public figure* di Inggris. Sindiran tersebut disikapi oleh masyarakat Indonesia yang bersatu padu melakukan bela negara. Adapun bela negara tersebut disampaikan melalui media digital, yaitu Twitter. Perwujudan nilai-nilai nasionalisme dilukiskan oleh warganet dengan cara memberikan penjelasan melalui *reply* di Twitter terkait Batik sebagai warisan budaya Indonesia. Warganet dari Indonesia juga mengecam kepada Sophie Corcoran, Kean Bextie, dan Mahyar Tousi melalui Twitter, dimana kecaman tersebut disampaikan dengan kata-kata yang netral dan kata-kata yang bersifat sarkasme kepada tiga *public figure* asing tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa warganet di Indonesia menunjukkan kecintaan mereka terhadap tanah air. Warganet menunjukkan bahwa mereka mengakui Batik sebagai bagian dari identitas negara Indonesia, mereka bangga terhadap Batik, dan mereka membela ketika Batik menjadi objek sindiran oleh warga negara asing di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Agustin, A. (2014). Sejarah Batik dan Motif Batik di Indonesia. *Seminar Nasional IKIP Budi Utomo Malang*. Riset Inovatif II, Malang.

- Alfaqi, M. Z. (2016). Melihat Sejarah Nasionalisme Indonesia untuk Memupuk Sikap Kebangsaan Generasi Muda. *Jurnal Civics*, 13(2), 209–216.
- Alkatiri, A. bin M., Nadiah, Z., & Nasution, A. N. (2020). Opini Publik terhadap Penerapan New Normal di Media Sosial Twitter. *Jurnal COVERAGE*, 11(1), 19–26.
- Anggraini, D. Y., & Affanti, T. B. (2020). Makna Simbolis Batik Sidomukti pada Busana Pengantin Jawa dalam Prosesi Ijab Kabul di Surakarta. *Texture: Art and Culture Journal*, 3(2), 75–83.
- Anwar, C. (2014). INTERNALISASI SEMANGAT NASIONALISME MELALUI PENDEKATAN HABITUASI (Perspektif Filsafat Pendidikan). *ANALISIS: Jurnal Studi Keislaman*, 14(1), 159–172.
- Arsita, N., & Sanjaya, Vicky. F. (2021). The Influence of Lifestyle and Fashion Trends on Online Purchase Decisions for Fashion Products on Instagram Social Media. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 7(2), 125–131.
- Azhari, A. P., & Sulistiyawati, P. (2018). Designing Papuan motif batik with Cassowary and Mambruk bird character. *Jurnal Citrakara*, 1(1), 1–12.
- Belk, R. W. (2017). Qualitative Research in Advertising. *Journal of Advertising*, 46(1), 36–47.
- Deden, D. S. (2017). *Sejarah Batik Indonesia*. Sarana Panca Karya Nusa.
- Elmiani, H. I. (2020). MOTIVASI MILENIAL PADA PENGGUNAAN OUTFIT BATIK (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2), 108–120.
- Hakim, L. M. (2018). Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia. *Nation State: Journal of International Studies*, 1(1), 61–90.
- Iskandar, & Kustiyah, E. (2017). Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia di Era Globalisasi. *Jurnal GEMA*, 30(52), 56–72.
- Juditha, C. (2018). Social Media Hegemony: Gosup Instagram Account @Lambe_Tura. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 22(1), 16–30.
- Juniarti, G., Indainanto, Y. I., & Augustine, P. Y. (2018). Strategi Joko Widodo Membentuk Manajemen Kesan di Instagram Menjelang Pilpres 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 116–132.
- KOMINFO, P. (2022, November 15). *Batik Sarat Makna Para Menteri Indonesia di KTT G20*. Website Resmi Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI. http://content/detail/45683/batik-sarat-makna-para-menteri-indonesia-di-ktt-g20/0/artikel_gpr
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Prenadamedia Group.
- Nasution, R. D. (2017). Effect of The Development of Communication Information Technology on Local Cultural Existence. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1), 30–42.

Pureklolon, T. T. (2020). Neo Nasionalisme dan Revolusi Digital di Indonesia. *Seminar Nasional FISIP Unila*. PROSIDING SEFILA 3 TAHUN 2019, Lampung.

Seba, D. W. (2021). Peran Indonesia sebagai Presiden Dewan Keamanan Perserikatan Bangsa-Bangsa Tahun 2019. *POLITICO: Jurnal Ilmu Politik*, 10(4).

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/politico/article/view/37734>

Syarief, F. (2018). Pemanfaatan Media Sosial dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter SBY). *Jurnal Komunikasi*, 8(3), 262–266.

Wardoyo, D., Syakir, & Syahrir, M. I. (2019). Eksplorasi Motif Batik Kontemporer (Kajian pada Industri Batik Rumah Batik Wardi Desa Galuh Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga). *Eduarts: Journal of Arts Education*, 8(3), 35–44.

Widodo, S. (2021). Implementasi Bela Negara untuk Mewujudkan Nasionalisme. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, 1(1), 18–31.