

ABSTRAK

Batik merupakan kerajinan lokal yang memiliki nilai seni tinggi dan menjadi elemen integral dalam warisan budaya Indonesia. Paguyuban Batik Tulis Giriloyo (PBTG), sebagai organisasi hybrid, bertanggung jawab mengelola kegiatan terkait nilai lokal batik. Pada tahun 2009, PBTG menginisiasi ide “eduwisata” sebagai bentuk transformasi nilai publik dari nilai lokal batik, dan berhasil mewujudkan branding batik Giriloyo Wukirsari. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana PBTG sebagai organisasi hybrid mengelola publicness batik melalui strategi eduwisata di Giriloyo Wukirsari. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data meliputi data primer dan sekunder, sedangkan analisis data mengacu pada pendekatan Creswell dan menggunakan N-VIVO untuk mempermudah proses analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PBTG berhasil mengupayakan kepentingan publik melalui pengelolaan nilai lokal batik. Publicness diimplementasikan melalui transformasi nilai yang menempatkan PBTG pada spektrum antara sektor publik dan privat. Melalui pendekatan ini, PBTG mampu mengelola publicness secara efektif, memastikan kelangsungan operasional, dan tetap relevan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Sebagai organisasi yang menjalankan skema bisnis untuk kepentingan publik, PBTG menerapkan kebijaksanaan dan keseimbangan dalam pengelolaan publicness. Hal ini dilakukan dengan berbagi praktik baik tentang tata cara pengelolaan eduwisata kepada masyarakat luas dan penyesuaian tarif harga berdasarkan situasi dan kondisi pengunjung, meskipun berpotensi melahirkan pesaing di masa depan.

Kata Kunci: Publicness, Eduwisata, Hybrid, Keseimbangan.

ABSTRACT

Batik is a local craft that has high artistic value and is an integral element in Indonesia's cultural heritage. The Giriloyo Tulis Batik Association (PBTG), as a hybrid organization, is responsible for managing activities related to local batik values. In 2009, PBTG initiated the idea of "eduwisata" as a form of transformation of public value from local values of batik, and succeeded in realizing the branding of Giriloyo Wukirsari batik. This study aims to analyze how PBTG as a hybrid organization manages batik publicness through an edutourism strategy in Giriloyo Wukirsari. The research method used is qualitative with a case study approach. Data sources include primary and secondary data, while data analysis refers to the Creswell approach and uses N-VIVO to simplify the analysis process.

The results of the study show that PBTG has succeeded in pursuing the public interest through the management of local batik values. Publicness is implemented through value transformation that puts PBTG on the spectrum between the public and private sectors. Through this approach, PBTG is able to manage publicity effectively, ensure operational continuity, and remain relevant in meeting the needs of the community. As an organization that runs a business scheme for the public interest, PBTG applies wisdom and balance in managing publicity. This is done by sharing good practices on edutourism management procedures to the wider community and adjusting price rates based on the situation and conditions of visitors, although it has the potential to give birth to competitors in the future.

Keywords: Publicness, Eduwisata, Hybrid, Balance.