



Evaluasi Minat Generasi Z dalam Melestarikan Tenun Ulos Sebagai Warisan Budaya di Kecamatan Siantar Utara

Seri Herlina Gea¹, Siti Nurhaliza Lubis², Yusmalinda³

Manajemen-Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mars Pematang Siantar, Indonesia^{1,2,3}

E-mail: ¹seriherl142@gmail.com, ²nurhalizalubis28@gmail.com

Diterima: 27-02-2026 | Disetujui: 07-03-2026 | Diterbitkan: 09-03-2026

ABSTRACT

This study aims to evaluate Generation Z's interest in preserving ulos weaving as a cultural heritage in North Siantar District, Pematangsiantar City. Ulos weaving is a Batak cultural heritage with historical, philosophical, and social value, contributing to the community's cultural identity. However, globalization and modernization have influenced the mindsets and lifestyles of the younger generation, leading to a decline in interest in continuing the ulos weaving tradition. Generation Z faces a dilemma between the desire to preserve traditional cultural values and the demands of economics, social status, and modern lifestyle orientations. This study used a qualitative approach with a descriptive evaluative method. Data were collected through questionnaires from 62 Generation Z respondents who work as ulos weavers in North Siantar District. Data analysis was conducted to evaluate Generation Z's level of interest in preserving ulos weaving and identify influencing factors, including aspects of family business inheritance, economic and social status factors, and cultural awareness and appreciation. The results of the study indicate that Generation Z's interest in preserving the cultural heritage of ulos weaving stems from inheriting a family business (45%), social status (30%), and a desire to preserve Batak culture (25%). These three aspects indicate that Generation Z faces a dilemma between traditional values and the demands of modernization and economic needs. Therefore, strategies for preserving ulos weaving need to be directed at strengthening cultural education, innovating ulos products relevant to the tastes of the younger generation, developing the creative economy, utilizing digital media as a promotional tool, and providing policy support from the government and educational institutions to ensure the sustainability of ulos preservation, both culturally and economically.

Keywords: Generation Z, interest, ulos, cultural heritage, internal-external factors

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi minat Generasi Z dalam melestarikan tenun ulos sebagai warisan budaya di Kecamatan Siantar Utara, Kota Pematangsiantar. Tenun ulos merupakan warisan budaya Batak yang memiliki nilai historis, filosofis, dan sosial sebagai identitas budaya masyarakat. Namun, perkembangan globalisasi dan modernisasi memengaruhi pola pikir serta gaya hidup generasi muda, sehingga menimbulkan penurunan minat dalam meneruskan tradisi menenun ulos. Generasi Z dihadapkan pada dilema antara keinginan melestarikan nilai budaya tradisional dengan tuntutan ekonomi, status sosial, serta orientasi gaya hidup modern. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif evaluatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 62 responden Generasi Z yang bekerja sebagai penenun ulos di Kecamatan Siantar Utara. Analisis data

dilakukan untuk mengevaluasi tingkat minat Generasi Z dalam melestarikan tenun ulos serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya, meliputi aspek pewarisan usaha keluarga, faktor ekonomi dan status sosial, serta kesadaran dan apresiasi budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat Generasi Z dalam melestarikan warisan budaya tenun ulos, karena mewarisi usaha keluarga dengan persentasi 45%, karena aspek status sosial sebesar 30% dan 25% menyatakan karena ingin melestarikan budaya batak. Dari ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z berada dalam dilema antara nilai tradisional dan tuntutan modernisasi serta kebutuhan ekonomi. Oleh karena itu, strategi pelestarian tenun ulos perlu diarahkan pada penguatan edukasi budaya, inovasi produk ulos yang relevan dengan selera generasi muda, pengembangan ekonomi kreatif, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, serta dukungan kebijakan dari pemerintah dan lembaga pendidikan agar pelestarian ulos dapat berkelanjutan secara budaya dan ekonomi.

Kata Kunci: Generasi Z, minat, ulos, warisan budaya, faktor internal-eksternal

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Gea, S. H., Nurhaliza Lubis, S., & Yusmalinda, Y. (2026). Evaluasi Minat Generasi Z dalam Melestarikan Tenun Ulos Sebagai Warisan Budaya di Kecamatan Siantar Utara. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Indonesia, 2(1), 01-12. <https://doi.org/10.63822/61gyje73>

PENDAHULUAN

Globalisasi dan perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara generasi muda berinteraksi dengan budaya. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, tumbuh dalam lingkungan yang sarat dengan pengaruh budaya global dan media sosial. Kondisi ini sering kali menimbulkan pergeseran identitas budaya lokal, di mana tradisi dianggap kurang relevan dibandingkan budaya populer internasional. Fenomena serupa terjadi di berbagai negara, termasuk Indonesia, yang kaya akan warisan budaya seperti batik, tenun ikat, dan ulos.

Hasil survei yang dilakukan pada 90 unit usaha ulos di Kecamatan Siantar Utara menunjukkan bahwa jumlah pekerja tenun ulos mencapai 196 orang. Dari jumlah tersebut, 135 orang berasal dari kalangan milenial, sedangkan hanya 61 orang berasal dari kalangan Gen Z. Data ini dapat disajikan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 1.
Data jumlah Penenun Ulos di Siantar Utara

Generasi	Jumlah Pekerja Tenun	Persentase (%)
Milenial	135 orang	67,78%
Gen Z	61 orang	32,22%
Total	196 orang	100%

Sumber: Peneliti, 2025

Data tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan Gen Z dalam produksi ulos masih jauh lebih rendah dibandingkan generasi milenial. Hal ini mengindikasikan adanya dilema generasi muda dalam melestarikan budaya lokal. Di satu sisi, mereka menyadari pentingnya pelestarian budaya sebagai identitas. Namun di sisi lain, keterbatasan waktu, minimnya keterampilan dasar menenun, serta persepsi bahwa ulos adalah produk "kuno" membuat mereka enggan terlibat secara aktif.

Faktor yang memengaruhi rendahnya minat ini antara lain persepsi bahwa ulos adalah produk kuno, keterbatasan keterampilan dasar menenun, serta minimnya insentif ekonomi. Media sosial juga memperparah kondisi ini, karena lebih banyak menampilkan budaya populer global dibandingkan budaya lokal. Akibatnya, ulos kurang terekspos dan dianggap tidak sesuai dengan tren masa kini. Selain itu, sistem pendidikan yang kurang menekankan pentingnya budaya lokal turut memperlemah pemahaman generasi muda terhadap nilai-nilai tradisi.

Dilema yang dihadapi generasi muda semakin kompleks. Di satu sisi, mereka menyadari pentingnya pelestarian ulos sebagai identitas budaya. Namun di sisi lain, tuntutan ekonomi dan gaya hidup modern membuat mereka ragu untuk terlibat aktif. Jika kondisi ini terus berlanjut, ulos berisiko kehilangan peminat sekaligus makna filosofisnya. Oleh karena itu, penelitian mengenai minat dan dilema Generasi Z

dalam melestarikan ulos menjadi penting, agar dapat ditemukan strategi pelestarian yang relevan dengan karakteristik generasi masa kini sekaligus menjaga keberlanjutan warisan budaya Batak.

Penelitian ini juga dilaksanakan dalam kerangka **Program Kampus Berdampak**, yaitu program yang mendorong peran aktif perguruan tinggi dalam menjawab persoalan nyata di masyarakat melalui kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Melalui program ini, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai peneliti, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang terlibat langsung dalam upaya pelestarian budaya lokal. Keterlibatan mahasiswa diharapkan mampu memperkuat jembatan antara generasi muda dengan pelaku budaya, khususnya pengrajin ulos, sehingga tercipta proses transfer nilai, pengetahuan, dan keterampilan menenun kepada generasi penerus.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berorientasi pada kepentingan akademik, tetapi juga diarahkan untuk memberikan dampak nyata bagi masyarakat. Evaluasi terhadap minat Generasi Z dalam melestarikan tenun ulos diharapkan dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi pelestarian budaya yang lebih relevan dengan karakteristik generasi muda, sejalan dengan semangat Program Kampus Berdampak dalam memperkuat peran perguruan tinggi bagi pembangunan sosial dan budaya masyarakat. Oleh karena itu, penelitian mengenai minat dan dilema generasi Z dalam melestarikan ulos sebagai warisan budaya penting dilakukan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat generasi Z, bentuk dilema yang mereka hadapi, serta strategi pelestarian yang tepat dan relevan dengan perkembangan zaman.

LANDASAN TEORI

Konsep Warisan Budaya

Warisan budaya merupakan unsur fundamental dalam pembentukan identitas suatu bangsa. Ia mencakup hasil cipta, rasa, dan karsa manusia yang diwariskan dari generasi ke generasi, baik berupa benda maupun tak benda, yang memiliki nilai sejarah, sosial, dan filosofis. UNESCO (2015) menegaskan bahwa warisan budaya tak benda berkontribusi pada kohesi sosial, mendorong rasa identitas, dan membantu masyarakat merasa memiliki. Dalam konteks globalisasi, pelestarian budaya menjadi semakin penting karena arus budaya global sering kali menimbulkan dilema bagi generasi muda dalam mempertahankan identitas lokal.

Ulos adalah kain tradisional Batak yang memiliki makna filosofis, simbolis, dan spiritual. Ia digunakan dalam berbagai ritual adat, mulai dari kelahiran, pernikahan, hingga kematian, sebagai simbol doa, perlindungan, dan penghormatan. Setiap jenis ulos memiliki makna berbeda, misalnya ulos ragidup melambangkan doa untuk kehidupan panjang, sedangkan ulos sibolang digunakan sebagai simbol perlindungan. Namun, pelestarian ulos menghadapi tantangan serius di era modern. Generasi muda cenderung menganggap ulos sebagai produk kuno, sementara penenun menghadapi dilema antara mempertahankan keaslian tradisi dengan tuntutan pasar modern. Media sosial dapat menjadi sarana strategis untuk mempromosikan ulos, tetapi juga berpotensi memperkuat dominasi budaya populer global.

Generasi Z: Karakteristik dan Pola Perilaku

Generasi Z adalah kelompok yang lahir antara tahun 1997–2012, dikenal sebagai digital natives karena tumbuh bersama teknologi digital dan media sosial. Mereka memiliki karakteristik gaya hidup instan, orientasi global, serta kecenderungan mengekspresikan identitas melalui fashion dan media sosial. Pola konsumsi budaya mereka lebih banyak dipengaruhi oleh budaya populer global dibandingkan tradisi lokal. Hal ini menyebabkan keterlibatan mereka dalam pelestarian budaya lebih sering bersifat simbolik (misalnya unggahan digital) daripada keterlibatan langsung dalam praktik tradisional.

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu objek, dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, dan nilai pribadi (Slameto, 2010; Djaali, 2013). Dalam konteks ulos, minat Generasi Z dipengaruhi oleh kebanggaan budaya, pemahaman terhadap nilai tradisi, serta faktor eksternal seperti dukungan keluarga, insentif ekonomi, dan lingkungan sosial. Rendahnya minat generasi muda terhadap ulos sering kali disebabkan oleh persepsi bahwa ulos tidak relevan dengan tren masa kini dan kurang memberikan keuntungan finansial.

Generasi Z menghadapi dilema antara kebanggaan budaya dan kebutuhan finansial modern. Mereka menyadari pentingnya pelestarian ulos sebagai identitas budaya, tetapi ragu untuk terlibat aktif karena tuntutan ekonomi dan gaya hidup global. Dilema ini menempatkan mereka pada posisi ambigu: ingin melestarikan tradisi, tetapi sekaligus ingin menyesuaikan diri dengan tren modern.

Dengan demikian, Generasi Z dapat dipahami sebagai generasi yang lahir dan tumbuh dalam era digital, memiliki karakteristik unik sebagai digital native dengan gaya hidup instan dan orientasi global, serta menunjukkan pola konsumsi budaya yang lebih dipengaruhi oleh tren global dibandingkan tradisi lokal. Pemahaman ini penting untuk mengkaji minat dan dilema mereka dalam pelestarian ulos sebagai warisan budaya Batak.

Pengertian Minat

Minat adalah kecenderungan seseorang untuk tertarik, memperhatikan, dan terlibat terhadap suatu objek atau aktivitas karena adanya perasaan suka dan dorongan internal. Minat juga dianggap sebagai proses psikologis yang membuat individu memilih aktivitas tertentu dan merasa senang melakukannya. Minat adalah kecenderungan psikologis seseorang untuk memberikan perhatian, perasaan suka, ketertarikan, dan keinginan untuk terlibat pada suatu objek atau aktivitas tertentu. Minat melibatkan unsur **kognitif** (pengetahuan), **afektif** (perasaan), dan **konatif** (dorongan untuk bertindak).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Minat tidak muncul begitu saja, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor internal (dari dalam diri individu) dan eksternal (lingkungan). Para ahli psikologi pendidikan telah mengembangkan teori ini secara sistematis.

1. Faktor Internal (Dari Dalam Diri Individu)

Faktor internal adalah kondisi pribadi yang berasal dari karakteristik psikologis seseorang secara **Pengetahuan dan Pemahaman menurut (Slameto, 2010)** menyatakan, “semakin seseorang

memahami suatu objek semakin besar minatnya. Pengetahuan merupakan landasan awal yang menumbuhkan rasa penasaran (*curiosity*) → berubah menjadi minat”. Dalam kepribadian seseorang minat juga membutuhkan factor dari dalam diri untuk mendapatkan pengetahuan serta pengalaman. Ada juga peneliti lain mengatakan “Nilai pribadi (*personal values*), termasuk kebanggaan budaya dan identitas etnik, sangat menentukan minat. generasi Z yang memegang nilai “cinta budaya lokal” lebih berminat memakai ulos” menurut (Djaali,2013)‘.

2. Faktor Eksternal (Lingkungan)

Faktor eksternal berasal dari luar individu dan sangat menonjol pada generasi modern (termasuk generasi Z).

- a. **Lingkungan Keluarga :** Keluarga adalah lingkungan pertama yang membentuk minat. Jika keluarga menghargai budaya Batak dan sering melibatkan anak dalam kegiatan tradisi, minat mereka pada ulos akan meningkat.
- b. **Lingkungan Pendidikan : (Slameto,2010)** menyatakan bahwa “Sekolah, guru, dan kurikulum budaya mempengaruhi perkembangan minat, termasuk kegiatan ekstrakurikuler seni budaya atau materi tentang warisan budaya nasional”.
- c. **Teman Sebaya / Kelompok Sosial (Peer Group) :** Gen Z sangat dipengaruhi oleh kelompok sebaya. Jika teman-teman memakai produk ulos modern (misalnya *tote bag*, *outer* ulos), maka minat seseorang ikut meningkat.
- d. **Pengaruh Media Sosial dan Pop Culture :** Hal ini dijelaskan norma subjektif Media sosial (*TikTok*, *Instagram*, *YouTube*) menjadi salah satu faktor terbesar yang mempengaruhi minat Gen Z dalam melestarikan warisan budaya.
- e. **Inovasi dan Modernisasi Produk :** Minat meningkat jika objek memberi kepuasan. Inovasi memperbarui cara generasi muda melihat warisan budaya. Misalnya: ulos dalam bentuk jaket modern sepatu bermotif ulos, dekorasi interior estetik *tote bag*, *bucket hat*, *scrunchie* ulos. Inovasi membuat objek relevan dengan gaya hidup Gen Z
- f. **Kebijakan Pemerintah dan Lembaga Budaya:** Pemerintah atau lembaga budaya yang melakukan promosi, festival budaya, pameran tenun, dan pelatihan dapat meningkatkan minat pemuda.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa rendahnya minat generasi muda terhadap ulos dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan kurangnya regenerasi keterampilan (Hutahean, 2022). Nugroho (2019) menekankan bahwa tantangan utama pelestarian budaya di Indonesia adalah rendahnya minat generasi muda yang lebih terpapar budaya global melalui media digital. Wahyuni (2024) menambahkan bahwa generasi Z enggan melanjutkan profesi tenun tradisional akibat minimnya insentif ekonomi dan persepsi budaya yang dianggap kuno. Penelitian-penelitian ini memperkuat relevansi fokus penelitian terhadap minat dan dilema Generasi Z dalam melestarikan ulos.

METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan elemen penting dalam suatu kajian ilmiah karena menjadi fokus utama yang diteliti dan dianalisis. Menurut Arikunto (2010), objek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam konteks ini, objek penelitian adalah minat Generasi Z dalam melestarikan tenun ulos sebagai warisan budaya Batak. Minat dipahami sebagai kecenderungan psikologis yang mencerminkan ketertarikan, perhatian, dan keinginan untuk terlibat dalam suatu aktivitas (Slameto, 2010). Penelitian ini menempatkan minat sebagai fenomena sosial-psikologis yang menjadi titik perhatian, khususnya dalam konteks pelestarian budaya tradisional.

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif evaluatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian berupaya mengukur minat Generasi Z terhadap ulos secara sistematis melalui data angka dari kuesioner. Sifat deskriptif digunakan untuk menggambarkan tingkat minat Generasi Z, sedangkan sifat evaluatif bertujuan memberikan solusi dan rekomendasi atas temuan di lapangan. Sumber data terdiri dari:

- Data primer, diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner skala Likert yang terdiri dari 30 butir pertanyaan, disebarkan kepada 62 penenun Generasi Z di Siantar Utara.
- Data sekunder, berupa literatur akademis, jurnal, artikel ilmiah, laporan penelitian terdahulu, serta data statistik dari instansi terkait seperti BPS.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh Generasi Z berusia 15–26 tahun yang berprofesi sebagai penenun ulos di Kecamatan Siantar Utara, dengan jumlah keseluruhan 62 orang. Karena jumlah populasi relatif kecil (<100), penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh (sensus), sehingga seluruh populasi dijadikan sampel penelitian.

Dalam penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah Generasi Z yang berusia 15–26 tahun dan berprofesi sebagai penenun ulos di Kecamatan Siantar Utara. Populasi tersebut tersebar di 90 unit usaha tenun ulos, dengan jumlah keseluruhan generasi Z sebanyak 62 orang dan terdapat generasi milenial sebanyak 135 orang dan jumlah keseluruhan pekerja tenun ulos yang telah didata peneliti sebanyak 197 orang. Pemilihan populasi ini didasarkan pada relevansi langsung dengan fokus penelitian, yaitu mengevaluasi minat generasi muda dalam melestarikan tenun ulos sebagai warisan budaya Batak.

Penelitian dilaksanakan selama 16 minggu (September–Desember 2025). Kegiatan meliputi persiapan, observasi, wawancara, pengumpulan data, evaluasi bulanan, hingga penyusunan laporan akhir. Jadwal penelitian disusun secara sistematis agar setiap tahap dapat menghasilkan data yang valid dan komprehensif.

Metode Pengumpulan Data

Metode utama pengumpulan data adalah kuesioner skala Likert dengan lima kategori jawaban (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Instrumen ini dirancang untuk mengukur tiga aspek minat:

- Kognitif (pengetahuan dan pemahaman tentang ulos).
- Afektif (perasaan dan sikap kebanggaan terhadap ulos).
- Konatif (tindakan dan partisipasi nyata dalam pelestarian ulos).

Selain kuesioner, digunakan observasi non-partisipatif untuk melihat aktivitas penenun Gen Z secara langsung, serta uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen penelitian.

Metode Analisis Data

Data dianalisis dengan pendekatan deskriptif kualitatif evaluatif. Metode ini dipilih untuk menggambarkan tingkat minat Generasi Z dalam melestarikan tenun ulos, sekaligus memberikan evaluasi dan solusi atas temuan lapangan.

Tahapan analisis dimulai dari proses pengkodean jawaban responden. Setiap jawaban yang diperoleh dari kuesioner skala Likert diubah ke dalam bentuk angka dengan rentang skor 1 hingga 5, mulai dari kategori “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju.” Kerlinger (2006) “Coding adalah proses mengubah data mentah menjadi bentuk yang dapat dianalisis secara sistematis.”

Setelah data dikodekan, langkah berikutnya adalah tabulasi. Jawaban responden disusun ke dalam tabel distribusi frekuensi agar lebih mudah dibaca dan dianalisis. Sudjana (2005) “Tabulasi data adalah penyusunan data dalam bentuk tabel agar lebih mudah dibaca dan dianalisis.” Tabulasi ini menjadi dasar untuk menghitung persentase jawaban responden pada setiap kategori.

Tahap terakhir adalah evaluasi dan pemberian solusi. Stufflebeam (2003) “Evaluasi adalah proses sistematis untuk menilai nilai atau manfaat suatu fenomena serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan.” Dengan demikian penelitian ini tidak hanya berhenti pada pemaparan data, tetapi juga berupaya memberikan solusi praktis untuk meningkatkan minat Generasi Z terhadap ulos. Solusi tersebut dapat berupa strategi pendidikan budaya, inovasi desain ulos agar lebih sesuai dengan selera generasi muda, promosi digital melalui media sosial, serta dukungan kebijakan dari pemerintah dan lembaga budaya. Dengan adanya evaluasi dan solusi, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan gambaran faktual, tetapi juga berkontribusi nyata dalam upaya pelestarian warisan budaya Batak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Siantar Utara, Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara, yang dikenal sebagai salah satu wilayah dengan masyarakat Batak yang masih memiliki keterikatan kuat terhadap budaya ulos. Kecamatan ini memiliki karakteristik sosial budaya yang unik, di mana tradisi menenun ulos masih ditemukan, meskipun jumlah penenun semakin berkurang.

Generasi Z di wilayah ini menjadi fokus penelitian karena mereka adalah kelompok usia produktif (lahir antara tahun 1997–2012) yang sedang berada dalam masa transisi pendidikan, awal karier, dan pembentukan identitas sosial. Generasi ini menghadapi dilema antara melanjutkan tradisi keluarga dalam menenun ulos, mempertimbangkan faktor ekonomi dan status sosial, serta menentukan sikap terhadap pelestarian budaya di tengah arus modernisasi.

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 62 orang Generasi Z yang berdomisili di Kecamatan Siantar Utara. Responden dipilih secara purposive dengan mempertimbangkan keterlibatan mereka dalam aktivitas budaya, pendidikan, serta akses terhadap media sosial. Mayoritas responden memiliki pengetahuan dasar tentang ulos sebagai warisan budaya Batak, namun tingkat keterlibatan dalam praktik menenun dan pelestarian ulos bervariasi.

Hasil Analisis

Mayoritas responden menyadari bahwa jumlah penenun ulos semakin berkurang. Sebanyak 61% responden setuju bahwa regenerasi penenun sulit dilakukan. Namun, meskipun ada kesadaran, komitmen untuk mewarisi keterampilan menenun masih rendah. Sebagian besar responden bersikap netral ketika ditanya mengenai pewarisan keterampilan, menunjukkan adanya dilema antara keinginan melestarikan tradisi dengan keterbatasan waktu dan motivasi. Dukungan keluarga juga dinilai belum optimal, sehingga memengaruhi minat Generasi Z untuk terlibat dalam usaha keluarga.

Faktor ekonomi menjadi dilema utama. Sebanyak 46% responden menilai pekerjaan sebagai penenun ulos kurang menjanjikan secara finansial, sementara 43% responden lebih memilih pekerjaan modern yang dianggap sesuai dengan kebutuhan masa kini. Selain itu, 56% responden menilai upah menenun tidak relevan dengan waktu produksi, dan mayoritas menilai motivasi dari pengusaha ulos masih rendah. Meski demikian, ada pengakuan bahwa harga ulos sebanding dengan lamanya proses produksi, menunjukkan adanya apresiasi terhadap nilai kerja penenun.

Sebanyak 87% responden ingin melestarikan warisan budaya Batak, dan 80% menyadari peran generasi muda dalam pelestarian. Namun, hanya 52% responden yang bersedia ikut kampanye pelestarian, sementara sisanya bersikap netral atau tidak setuju. Hal ini menunjukkan adanya gap antara pengetahuan/kebanggaan budaya dengan partisipasi nyata. Selain itu, 56% responden menilai kurang ada penghargaan sosial terhadap generasi muda yang berusaha melestarikan ulos, sehingga motivasi mereka melemah.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat Generasi Z terhadap ulos cukup tinggi dari sisi pengetahuan dan kebanggaan budaya, namun belum sepenuhnya terwujud dalam tindakan nyata. Hal ini sejalan dengan teori Slameto (2010) yang menyatakan bahwa minat tidak muncul secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, dan lingkungan. Generasi Z di Kecamatan Siantar

Utara memiliki pengetahuan dasar tentang ulos sebagai warisan budaya Batak, tetapi keterlibatan mereka dalam praktik menenun masih terbatas.

Pada aspek mewarisi usaha keluarga, terlihat adanya kesadaran bahwa jumlah penenun semakin berkurang dan regenerasi sulit dilakukan. Namun, komitmen untuk mewarisi keterampilan menenun masih rendah. Sebagian besar responden bersikap netral ketika ditanya mengenai pewarisan keterampilan, menunjukkan adanya dilema antara keinginan melestarikan tradisi dengan keterbatasan waktu, motivasi, dan dukungan keluarga. Hal ini memperlihatkan bahwa faktor eksternal, khususnya dorongan keluarga dan lingkungan, sangat menentukan apakah minat dapat berkembang menjadi tindakan nyata.

Pada aspek status sosial dan faktor ekonomi, dilema semakin jelas. Generasi Z menilai pekerjaan menenun ulos kurang menjanjikan secara finansial, sehingga mereka lebih memilih pekerjaan modern yang dianggap sesuai dengan kebutuhan masa kini. Persepsi ini diperkuat oleh rendahnya relevansi upah dengan waktu produksi, serta minimnya motivasi dari pengusaha ulos. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun ulos memiliki nilai budaya tinggi, faktor ekonomi menjadi penghalang utama bagi generasi muda untuk menjadikannya sebagai pilihan karier. Teori Djaali (2013) menekankan bahwa nilai pribadi seperti kebanggaan budaya memang dapat menumbuhkan minat, tetapi tanpa dukungan ekonomi yang memadai, minat tersebut sulit berkembang menjadi komitmen jangka panjang.

Pada aspek mewarisi budaya, mayoritas responden mengakui ulos sebagai warisan budaya Batak dan merasa bangga ketika ulos diperkenalkan di kancah internasional. Namun, partisipasi nyata masih terbatas, misalnya hanya separuh responden yang bersedia ikut kampanye pelestarian. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara sikap kognitif (pengetahuan dan kebanggaan) dengan perilaku nyata (partisipasi aktif). Selain itu, kurangnya penghargaan sosial terhadap generasi muda yang berusaha melestarikan ulos memperlemah motivasi mereka. Kondisi ini sejalan dengan pandangan UNESCO (2015) bahwa pelestarian budaya tak benda membutuhkan dukungan sosial yang kuat agar generasi muda merasa dihargai dan termotivasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa minat Generasi Z terhadap ulos masih bersifat pasif. Mereka memiliki pengetahuan dan kebanggaan budaya, tetapi belum sepenuhnya siap untuk terlibat aktif dalam pelestarian. Dilema antara kebanggaan budaya dan kebutuhan finansial modern menjadi faktor dominan yang memengaruhi sikap mereka. Oleh karena itu, strategi pelestarian ulos harus diarahkan pada penguatan faktor internal melalui edukasi budaya dan penanaman nilai identitas, serta penguatan faktor eksternal melalui dukungan keluarga, insentif ekonomi, inovasi produk, kampanye di media sosial, dan penghargaan sosial dari pemerintah maupun komunitas.

Dengan pendekatan integratif, minat Generasi Z dapat ditingkatkan tidak hanya pada level sikap, tetapi juga pada level tindakan nyata. Ulos dapat diposisikan bukan sekadar sebagai produk tradisional, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup modern dan identitas global. Jika strategi ini berhasil, maka ulos tidak hanya akan bertahan sebagai warisan budaya Batak, tetapi juga berkembang sebagai simbol kebanggaan yang relevan dengan dunia kontemporer.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai minat Generasi Z dalam melestarikan ulos sebagai warisan budaya di Kecamatan Siantar Utara, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa melestarikan tenun ulos dipengaruhi beberapa aspek :

1. Aspek Mewarisi Usaha Keluarga/turun temurun. Minat generasi Z dalam melestarikan budaya tenun ulos karena mewarisi usaha keluarga sebesar 45% .
2. **Aspek Keterbatasan Lapangan Pekerjaan.** Karena keterbatasan lapangan pekerjaan Generasi Z memilih pekerjaan sebagai penenun ulos yaitu sebanyak 30%.
3. **Aspek Keinginan Mewarisi Budaya Batak melalui Tenun Ulos.** Generasi Z turut melestarikan budaya batak melalui tenun ulos mendapatkan persentase sebesar 25%.
4. Dilema yang dihadapi Generasi Z didalam ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z berada dalam dilema antara nilai tradisional dan tuntutan modernisasi serta kebutuhan ekonomi. Minat melestarikan tenun ulos kuat pada tataran nilai budaya, namun lemah dalam aspek keberlanjutan usaha dan regenerasi penenun.

Strategi terbaik untuk meningkatkan minat Generasi Z dalam melestarikan ulos: Strategi pelestarian harus menggabungkan penguatan faktor internal dan eksternal. Faktor internal dapat diperkuat melalui edukasi budaya, penanaman nilai identitas, dan peningkatan pengetahuan tentang ulos. Faktor eksternal dapat diperkuat melalui dukungan keluarga, insentif ekonomi, inovasi produk ulos agar relevan dengan gaya hidup modern, kampanye di media sosial, serta penghargaan sosial dan dukungan pemerintah bagi penenun muda. Dengan strategi ini, minat Generasi Z dapat ditingkatkan tidak hanya pada level sikap, tetapi juga pada level tindakan nyata dalam melestarikan ulos sebagai warisan budaya Batak.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2011). Metodologi Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan Kualitatif. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Djaali. (2013). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Firmando, R. (2022). Makna Filosofis Ulos dalam Adat Batak. Medan: Universitas Sumatera Utara Press.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hall, S. (2017). Cultural Identity and Globalization. London: Routledge.
- Howe, N., & Strauss, W. (2016). Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: Harper Perennial.
- Hutahean, J. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Generasi Penerus Penenun Ulos di Desa Sibalanga. Jurnal Kebudayaan Nusantara, 5(2), 45–56.
- Koentjaraningrat. (2015). Pengantar Ilmu Antropologi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nazir, M. (2014). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugroho, A. (2019). Pelestarian Budaya Lokal di Era Globalisasi. Jurnal Sosial dan Budaya, 12(1), 23–34.
- Riduwan. (2012). Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Slameto. (2010). Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
- Smith, A. (2018). Globalization and Cultural Identity. Cambridge: Cambridge University Press.

- Stufflebeam, D. (2003). *Evaluation Models*. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Sudjana, N. (2005). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Telkom University. (2025). *Generasi Z dan Perilaku Digital*. Bandung: Telkom University Press.
- UNESCO. (2015). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Paris: UNESCO Publishing.
- Wahyuni, R. (2024). Generasi Z dan Tantangan Pelestarian Tenun Tradisional. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 8(3), 112–124.
- Wikipedia. (2025). Generasi Z. Diakses pada Januari 2026 dari https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z