

## BATIK DAN INDUSTRI KREATIF: SEBUAH PROSES KREATIFITAS MANUSIA DALAM KAJIAN STUDI HUMANIORA

Irmayanti Meliono

### Abstract

This paper would like to discuss that batik has three types consist of *kain batik tulis*, *kain batik print* and *batik fabrics* and their variety of motifs. The scope of research on *batik* originated from the area of Bandung, Cirebon, Pekalongan and Yogyakarta-Surakarta (Solo) . This research analyzed with Peirce's triadic semiotic approach with a sign that has an icon, index, and symbol. Analysis a sign motif of batik is related to with an icon in the form of of cloth, and the index element in the form of color motifs of batik. Symbol is always related to with the naming of *batik* , such as *Parang Barong*, *Sida Mukti*, *Mega Mendung* and the Indonesian cultural background. The results of this research indicate that the *batik* has egalitarian value, functional value, economic value, and symbolic value. These four values are used by industry to improve the community through the creative industries and innovative creativity in the face of the global market. Through the imaging of *batik* will be formed social harmony for the global community.

### Keywords

*batik*, motif, creative industries, semiotic, *batik's* values

### Abstrak

Makalah ini mendiskusikan bahwa batik memiliki tiga jenis batik yaitu *kain batik tulis*, *kain batik cap* dan *bahan baju bermotif batik* yang memiliki motif yang beragam. Lingkup riset berasal dari batik yang berasal dari daerah Bandung, Cirebon, Pekalongan dan Yogyakarta-Surakarta (Solo). Riset ini dianalisis dengan pendekatan semiotic Peirce triadik yang terkait dengan tanda yang memiliki ikon, indeks, dan simbol. Analisis tanda motif batik terkait dengan ikon berupa kain , dan elemen indeks terkait dengan warna dari motif batik. Simbol selalu terkait dengan pemberian nama dari motif batik (motif batik *Parang Barong*, *Sida Mukti*, *Mega Mendung* dsb) dan dengan latar belakang budaya Indonesia. Hasil dari riset ini menunjukkan bahwa batik memiliki nilai egaliter, nilai fungsional, nilai ekonomi, dan nilai simbolik. Keempat nilai itu dapat dipakai oleh masyarakat industri untuk meningkatkan industri kreatif melalui kreatifitas dan inovatif dalam menghadapi pasar global. Melalui pencitraan dari batik akan terbentuk harmoni sosial bagi masyarakat global.

### Kata Kunci

batik, motif, industri kreatif, semiotik, nilai-nilai batik

## I. PENDAHULUAN

Sebagai warisan budaya di masa lalu dan masih tetap eksis hingga kini, batik dapat memberikan beragam nilai seperti nilai fungsional, nilai budaya, dan nilai

ekonomi pada kehidupan masyarakat yang mengalami tantangan globalisasi. Seperti yang diketahui dengan adanya pengakuan dunia dari UNESCO, 2 Oktober 2009, bahwa batik merupakan “warisan budaya manusia tak benda” milik bangsa Indonesia, maka timbul ber-bagai dampak positif bagi eksistensi batik. Tumbuhnya peluang baru bagi usaha batik di bidang industri kerajinan batik di berbagai daerah dengan mengangkat kearifan lokal yang berasal dari etnik yang ada di Indonesia dalam bentuk motif telah mengangkat batik sebagai “seni batik” yang indah, unik, dan memiliki makna serta nilai filosofis yang tinggi. Nilai positif lainnya adalah kecintaan akan batik pada masyarakat menjadi lebih meningkat. Batik tidak hanya dipakai pada upacara atau ritual adat Jawa atau Sunda saja, melainkan orang menggunakannya dalam berbagai peristiwa yang dianggapnya penting (pertemuan para pejabat tinggi, seminar internasional - nasional, rapat penting dalam suatu institusi) atau menjadi semacam “identitas” suatu institusi, lembaga, sekolah yang memiliki seragam batik dengan motif atau desain dengan logo tertentu.

Dikenal adanya beberapa jenis batik yang ada di Indonesia, yaitu batik tulis, batik cap, dan batik printing – tekstil motif batik. Batik tulis dan batik cap banyak dijumpai pada daerah pengrajin batik seperti di Jawa Barat (seperti misalnya Tasikmalaya, Garut, Bandung, Indramayu, Majalengka, Cirebon), Jawa Tengah (misalnya Solo, Yogyakarta, Pekalongan, Purwokerto-Banyumas), Jawa Timur (misalnya Malang, Jombang) dan Madura. Batik printing atau tekstil batik banyak dijumpai dan diproduksi pada sentra batik di wilayah pulau Jawa (Pekalongan, Solo, Yogyakarta). Berbeda dengan batik cap dan tulis yang menggunakan tenaga manusia yang memiliki seni kerajinan batik, maka batik printing menggunakan mesin tekstil yang memiliki kapasitas produksi dalam jumlah besar maupun menggunakan mesin cetak (seperti teknik sablon) yang sifatnya lebih manual.

Hal yang menarik pada batik adalah motif atau ragam hias yang beragam dan secara garis besar, ragam hias batik dibedakan atas ragam hias klasik (tradisional), ragam hias modern, dan ragam hias kontemporer. Kreativitas dari para perancang motif atau ragam hias batik sangat berperan dalam mengembangkan motif tersebut melalui upaya inovatif, dekonstruksi motif yang telah ada (motif *pakem*) sehingga batik (kain batik) menjadi lebih menarik dan dapat dipakai untuk segala macam kebutuhan bagi masyarakat seperti baju untuk laki-laki, perempuan, anak-anak, baju muslim, baju untuk bersembahyang (sholat) dan sebagainya. Hasil dari produksi batik dengan ragam hias yang beragam, menjadi salah satu minat dari pengusaha batik untuk membuat kain batik menjadi bahan baju baik untuk laki-laki maupun perempuan. Masyarakat menyenangi hasil produksi batik dalam bentuk pakaian, dan sebagian menjadikannya sebagai pakaian seragam untuk kantor, sekolah, institusi dan sebagainya. Permintaan pasar yang cukup besar menjadikan batik berubah menjadi industri kreatif bagi para pengrajin, para pengusaha batik di beberapa wilayah seperti Pekalongan, Solo. Industri

kreatif batik semakin berkembang dengan peran Kementerian Perindustrian yang memberikan pengarahan, bimbingan, penyuluhan, pelatihan dalam proses pembuatan batik hingga pembuangan limbah batik kepada para pengusaha kecil-besar dan pengrajin batik di sentra industri batik di Indonesia, khususnya di Jawa.

Tulisan ini ingin mengungkapkan bahwa batik Indonesia, khususnya batik yang ada di Bandung, Pekalongan, Solo memiliki keunikan dan karakteristik yang dapat diteliti dari aspek semiotik. Keunikan batik tersebut terletak pada motif batik yang sebenarnya berasal dari latar belakang budaya masing-masing daerah. Melalui tanda (*sign*), batik memiliki korelasi dengan representamen, objek, dan interpretan, yang kemudian disebut sebagai trikotomi Peirce. Trikotomi Peirce ini juga akan merujuk pada ikon, indeks, dan simbol. Melalui trikotomi tersebut, ternyata batik dapat menawarkan pemaknaan yang mendalam, dan terbuka untuk digali, dianalisis ke bidang industri kreatif tekstil.

## II. MEMAHAMI BATIK DENGAN PERSPEKTIF TRIADIK PEIRCE

Riset ini menggunakan paradigma kualitatif yang bertitik tolak pada metode semiotik dan metode interpretasi. Metode semiotik dari Peirce untuk melihat adanya tanda (*sign*) pada batik yang memiliki ikon, indeks dan simbol. Secara khusus, tanda mengacu pada motif-ragam hias batik (tradisional-klasik-modern) yang terkait dengan ikon dalam bentuk jenis bahan yang digunakan untuk membatik; indeks terkait pada warna, jenis batik (tulis, cap, printing), dan simbol terkait dengan nama motif (ragam hias) batik yang erat dengan latar belakang budaya tertentu. Hasil analisis dengan perspektif Peirce diolah, dan diinterpretasikan agar mendapatkan pemaknaan dan luaran yang signifikan dengan tujuan penelitian.

Sebagai warisan budaya bangsa, batik memiliki substansi yang sangat menarik untuk dipelajari, dan dipahami dengan lebih mendalam. Batik dengan motif atau ragam hias sebenarnya merupakan karya seni yang sangat tinggi, seni lukis yang digoreskan di atas kain dengan teknik tertentu, yaitu *canting* dengan *malam*, dan pewarnaan. Sebenarnya pewarnaan kain dengan teknik "menutup" dengan *malam* merupakan bentuk seni kuna. Pada masa lalu sekitar abad 4 SM, telah dikenal di Mesir membungkus mumi dengan kain yang dilapisi *malam* (lilin) untuk membentuk pola tertentu pada kain tersebut. Begitu juga dengan di Cina, pada Dinasti Tang (618-917) telah dikenal membuat pola tertentu pada kain dengan teknik pewarnaan dan *malam* (Prasetyo, 2010: 2). Di Indonesia, batik dipercaya sudah ada semenjak masa Majapahit, menjadi populer akhir abad 18 atau awal abad 19. Pada masa itu batik dikenal sebagai batik tulis, sedang batik cap baru dikenal sekitar tahun 1920, dan saat ini dikenal pula batik printing (tekstil dengan motif batik).

Terkait dengan batik, kekhasan pada motif-ragam hias batik akan dikaji dari perspektif Peirce. Metode semiotik Peirce yang mengacu pada *sign*, *object* dan *interpretant*

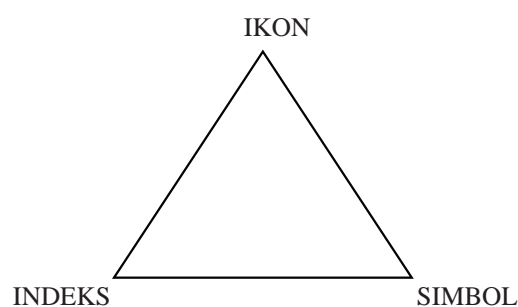
diterapkan pada motif batik yang berasal Bandung, pekalongan, Yogyakarta dan Surakarta (Solo). Sebagai semiotik yang bersifat pragmatik, Charles Sanders Peirce menyoroti pentingnya tanda dalam fenomena kehidupan manusia. Untuk itu sebagai sistem analisis tanda, maka tanda berkaitan dengan objek yang menyerupainya, keberadaannya memiliki hubungan kausal dengan tanda itu atau karena ikatan konvensional dengan tanda tersebut. Baginya tanda merupakan suatu pegangan seseorang akibat keterkaitan dengan tanggapan atau kapasitas yang dimunculkan pada tanda. Menurut Peirce, tanda yang terpenting adalah kata-kata, karena kata dipakai sebagai sebuah konsep atau ide (Asa Berger, 2010: 1-16). Sebagai contoh, kata “Mega Mendung” bukan diartikan sebagai awan mendung yang sesaat lagi hujan akan turun, tetapi merupakan konsep atau ide dari seorang pembatik sebagai ragam hias batik khas Cirebon. Si pembatik akan menuangkan gagasan itu dalam bentuk motif atau ragam hias “mega mendung” dalam proses pembuatan batik khas Cirebon. Dengan demikian tanda dalam hal ini “mega mendung” memiliki makna, sebagai ragam hias yang sarat dengan latar belakang budaya ekletis, percampuran budaya lokal dan Cina.

Pandangan Peirce ini memfokuskan analisis tanda yang lazim disebut sebagai Trikotomi yang memiliki (a) ikon, (b) indeks dan (c) simbol. Ikon akan memiliki kesamaan yang terkait dengan objek, sedang indeks melihat adanya hubungan kausal pada objek, dan simbol merupakan asosiasi konvensionalnya (Berger, 2010: 16-19). Dengan demikian setiap tanda akan memiliki sifat, hubungan yang terkait dengan objek, yaitu ikon, indeks dan simbol. Begitu juga pada objek riset (sebagai objek pada semiotik), akan terdapat tanda–tanda, ikon dan simbol yang terkait pada objek riset. Untuk jelasnya lihat pada tabel di bawah ini.

Tabel Trikotomi Peirce

No	Tanda	Ikon	Index	Simbol
1.	Motif /ragam hias batik	Jenis kain	Warna Batik tulis Batik cap Batik printing (tekstil batik)	Penamaan /sebutan ragam hias/motif yang terkait dengan budaya tertentu (kata–kata)

Secara garis besar analisis semiotik pada riset ini dapat di lihat pada gambar di bawah ini:



Pemahaman tentang model triadik Peirce akan difokuskan pada Batik Komar (Bandung), batik Pekalongan dan batik Solo (digunakan kata Solo, karena lebih populer dibandingkan menyebut batik Surakarta) dan Yogya.



Gambar 1. Seni Batik Lukis - Pekalongan  
(sumber: koleksi Irmayanti Meliono)

## 2.1. INTERPRETASI SEMIOTIK BATIK KOMAR

Batik yang dihasilkan pada rumah batik Komar memiliki keunikan tersendiri, dengan membuat motif baru pada motif yang telah ada (mengembangkan dan kreatifitas), memiliki 2 jenis batik, yaitu batik tulis, batik, cap dan bahan baku adalah kain: sutra, primisima, primis, dan dobi.

Analisis semiotik pada batik Komar memiliki tanda yang mengacu pada ikon, indeks dan simbol. Tanda pada batik primis adalah ragam hias atau corak batik Komar yang khas. Ragam hias tersebut merupakan perpaduan, kreatifitas dan ide pengembangan motif dari Bapak Komar antara motif/ragam hias gaya Cirebon dan Sunda/Jawa Barat. Ikon batik Komar mengacu pada jenis kain yang akan melalui proses pembatikan, berupa kain sutra, kain primisima, kain primis. Indeks pada batik Komar adalah warna cerah, proses pewarnaan yang menggunakan pewarna tekstil. Hal yang menarik pada batik Komar, warna cerah diterapkan pada batik tulis, dan batik cap. Simbol terarah pada penamaan batik Komar seperti Kembang Wijayakusumah, Jalak Parapat, Kristal Air dan sebagainya. Sebutan dengan kata tertentu menunjukkan adanya relasi dengan latar belakang budaya Cirebon dan Jawa Barat. Begitu juga dengan semboyan perusahaan batik Komar: **“Motifnya Global, Unik dan Original”**, ketiga kata tersebut melekat pada produksi batik-batik yang diproses pada batik Komar. Global diartikan bahwa motif atau ragam hias batik harus bersumber pada lingkungan keseharian di manapun kita berada, seperti air, tumbuh-tumbuhan, makhluk hidup (burung, hewan). Keunikan motif muncul karena kreatifitas si seniman batik (dalam hal



ini bapak Komar) yang terus berkarya, sehingga menghasilkan karya batik yang bersifat original, otentik. Melalui semangat itulah batik Komar bertahan terhadap persaingan dari para kompetitornya, yang kadangkala meniru ragam hiasnya. Seperti kata bapak Komar dalam wawancara dengan peneliti yang mengatakan:

*“tidak takut kalau motif batiknya ditiru oleh orang lain atau saudaranya, selama ia masih sanggup berkarya dan melakukan inovatif dan terobosan baru dalam motif batik, dan ia mempercayai batiknya akan unggul dibanding batik orang lain”.*

Salah satu yang menarik pada batik Komar, adalah tema karya desain batik yang telah dipatenkan dengan merk dagang Batik Komar. Merk KOMAR sudah didaftarkan sejak tahun 2000 di Direktorat Kehakiman dan Hak Asasi Manusia, melalui Direktur Merk dan Hak Cipta dengan berbagai macam kelas jasa yang sesuai dengan bidang usaha dari batik KOMAR itu sendiri. Sudah 124 motif batik yang didaftarkan dengan tujuan agar hasil karya intelektual dan karya cipta yang selama ini dihasilkan bisa dilindungi secara sah berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia pada khususnya. Tema karya desain batik antara lain:

- Batik Tumpal Reformasi
- Untaian Sawat
- Sekar Jagad Latar Belah Ketupat
- Sekar Madu Suplir Mekar
- Manik-manik
- Iga Ranting Rendeng
- Pamor Keris Pusaka
- Hewan Filum Moluska
- Legenda Cerita Rakyat dalam Batik

Rumah Industri (*Home industry*) batik Komar dikerjakan melalui berbagai cara dan pemasaran yang tepat. Dalam pengembangan desain-desain batik, pembelian bahan baku serta pendistribusian produk batik yang sudah jadi dipusatkan di kota Bandung. Sedangkan untuk proses pewarnaan di pusatkan di Cirebon. Hal ini dikarenakan pada proses pewarnaan dan *finishing* produk lebih banyak membutuhkan tenaga kerja wanita, sehingga Cirebon lebih cocok dengan jumlah sumber daya manusia yang tersedia serta upah kerja yang lebih rendah bilamana dibandingkan dengan kota Bandung. Dipilihnya kota Bandung sebagai pusat pengembangan desain, dikarenakan Bandung merupakan salah satu pusat mode (Paris van Java), lebih dekat dan lebih mudah untuk akses ke Jakarta, banyak institusi pendidikan dan perguruan tinggi seni, banyak seniman yang mempunyai reputasi nasional dan internasional dan masih banyak lagi hal positif yang dapat dijadikan alasan Bandung adalah kota yang tepat untuk menjalankan usaha batik khususnya batik Komar.

Dari hasil wawancara yang telah diperoleh, usaha batik Komar memang

mengalami pasang surut, dan melalui kerja keras dan semangat inovatif yang tidak mengenal lelah, telah membuahkan hasil karya yang sukses baik dalam produksi maupun pemasaran. Hingga kini batik Komar telah memiliki karyawan sebanyak 235 orang (dari usaha merintis batik di tahun 1998 dengan hanya 3 karyawan) dan telah membuka 2 toko di Bandung dan 1 di Pekalongan. Hal yang unik pada batik Komar adalah batik yang memiliki kekhasan dengan berlatar belakang budaya Sunda, khususnya Priangan dan Cirebon. Sebenarnya sentra batik yang ada di Jawa Barat telah tumbuh dan berkembang sejak lama. Orang lebih mengenal batik Cirebon, yang telah hadir sejak berabad-abad yang lalu. Dengan adanya usaha batik yang makin menjanjikan, maka beberapa wilayah di Jawa Barat, seperti Indramayu, Majalengka, Sumedang, Tasik-malaya dan Garut berusaha untuk menghidupkan kembali usaha dan kerajinan batik dengan kekhasan masing-masing daerah. Secara keseluruhan batik Jawa Barat memiliki motif fauna dan flora dan memiliki pula ragam warna yang cerah, seperti merah, kuning, hijau, biru, orange dan sebagainya.

Di sisi lain, wilayah Cirebon sebagai daerah pesisir dan masyarakatnya mengenal pula pengaruh budaya luar yang berasal dari India (Hindu) dan Cina. Pengaruh tersebut berdampak pada ragam hias motif batik Cirebon. Corak batik Cirebon mengenal konsep alam: makro-mikro kosmos yaitu adanya kehadiran alam atas (langit), alam tengah (mahluk flora dan fauna) dan alam bawah (semesta). Konsep tersebut diadaptasi oleh para seniman batik/pengrajin batik sebagai landasan filosofis dalam berkarya. Oleh karena itu, ciri khas batik Cirebon merupakan “lukisan alam” yang menggambarkan pemandangan alam setempat, penggambaran unsur-unsur alam seperti motif-motif batik: Taman Arum Sunyaragi, Taman Terati, Naga Seba. Pengaruh Islam dari Sunan Gunung Jati memunculkan corak khas Cirebon. Corak batik tersebut digambarkan secara bebas pada latar polos berwarna “kuning Cirebon”. Adanya Kasultanan Cirebon yang muncul sekitar abad 15 (sekarang menjadi Kasepuhan, Kanoman, Keprabon) telah memunculkan pula motif batik kraton Cirebon, seperti Paksi Naga Liman, Kereta Kasepuhan, Mega Mendung dan motif tersebut banyak mendapat pengaruh dari Cina, India, Eropa, dan nuansa Islam

Motif-motif batik kraton Cirebon tidak hanya digunakan oleh keluarga keraton saja, tetapi meluas ke kalangan rakyat biasa. Berkat para pengrajin yang bekerja di (di masa lalu pengrajin batik adalah laki-laki disebut kelompok Tarekat), maka motif batik kraton dapat tersebar dan digunakan oleh rakyat biasa hingga kini. Motif batik kraton menjadi milik rakyat dan rakyat dapat menggunakan motif kraton Cirebon. Di masa kini, motif—motif tersebut dikembangkan dan mendapat modifikasi, sehingga motif batik Cirebon kontemporer dapat dijumpai pada sentra batik Desa Trusmi (di samping yang tradisional).



Gambar 2. Batik Mega Mendung Komar, Bandung  
(sumber: koleksi Batik Komar)

## 2.2. INTERPRETASI SEMIOTIK BATIK PEKALONGAN

Batik yang diproduksi di daerah Pekalongan sering disebut atau dikenal sebagai batik Pekalongan. Awal batik Pekalongan dimulai saat ketika Kerajaan Mataram di Jawa Tengah mengalami perang internal/perang saudara (1800) dan perang melawan Belanda sekitar tahun 1825-1830. Akibat perang tersebut, banyak keluarga kerajaan meninggalkan daerahnya untuk pergi ke Barat dan Timur dari kerajaan Mataram. Keluarga bangsawan dan pengikutnya menuju ke Barat, ke beberapa daerah seperti Pekalongan, Kebumen, Cirebon, Banyumas, sedang ke Timur ke Mojokerto, Tulungagung, Gresik, Madura. Di daerah yang baru itu para keluarga bangsawan dengan pengikutnya menetap dan memulai serta mengembangkan batik. Secara singkat, batik yang ada di wilayah Jawa Tengah merupakan pengembangan batik Yogyakarta – Surakarta (Solo).

Sebagai daerah pesisir, sejak lama Pekalongan telah menerima kedatangan bangsa-bangsa lain seperti dari India, Cina, Arab, Belanda, dan semuanya seakan menjadi satu dan bercampur pada kebudayaan lokal (setempat), dan terwujud pada upacara religi, seni, dan juga pada motif atau ragam hias batik yang beragam. Beberapa tempat di Pekalongan yang menjadi pusat pembuatan batik berada di daerah Pekalongan Kota, Buaran, Pekanjangan dan Pringgo. Kemunculan pengrajin batik yang berada di wilayah tersebut telah menyemarakkan kehidupan industri batik. Salah satu hal yang menarik, industri batik Pekalongan bertumpu pada para pengusaha kecil, bukan pada pengusaha besar. Para pengusaha kecil tersebut membuat batik di rumah mereka masing-masing, kondisi dan situasi tersebut menyebabkan para pengrajin batik memiliki keragaman motif yang erat dengan kehidupan masyarakat di desa atau setempat dan sarat latar



belakang budaya.

Perjumpaan dengan masyarakat pendatang seperti India, Cina, Belanda telah mengubah, dan mewarnai dinamika pembuatan batik, dari proses pembuatan hingga pewarnaan dan pemilihan bahan baku. Pengaruh India dan Arab, memunculkan motif yang disebut *Jlamprang* atau dikenal sebagai batik *Jlamprang*. Batik *Encim* dan *Klengenan* merupakan motif yang dikembangkan karena pengaruh dari peranakan Cina, sedang motif atau batik Pagi Sore pengaruh dari Belanda. Ada juga motif atau batik Hokokai yang mendapat pengaruh dari masa pendudukan Jepang .

Analisis semiotik pada batik Pelakongna, berupa adanya tanda yang mengacu pada ikon, indeks dan simbol. Tanda pada batik Pekalongan adanya motif atau ragam hias yang beragam, yang bermula dari ragam hias klasik hingga kontemporer. Tanda ini diperkuat dengan adanya ikon yang menunjuk pada bahan batik, berupa kain primis, primisima, dolby, sutera. Indeks tertuju pada warna yang muncul pada batik Pekalongan, umumnya sangat beragam, cerah, seperti merah, kuning, hijau, biru, ungu, dan percampuran antara warna dasar, dan akhirnya menghasilkan warna kontemporer atau warna yang digemari oleh konsumen. Proses pewarnaan menggunakan pewarna tekstil. Begitu juga dengan teknik pencelupan dalam pewarnaan yang dikenal dengan “buka tutup” dan ditutup dengan lilin dikembangkan demi pengembangan motif atau ragam hias yang sangat beraneka dan lentur dalam menghadapi tantangan zaman.



Gambar 3. Pasar Batik Setono, Pekalongan  
(sumber koleksi Irmayanti Meliono)

Simbol pada batik mengacu pada ragam atau motif batik yang mendapat sentuhan atau pengaruh dari budaya Cina, India, Belanda dan Arab, seperti motif *Jlamprang*, merupakan perpaduan pengaruh India (kain Patola) dan Arab, pengaruh Cina pada motif *Encim*, sehingga muncul sebutan sarung *Encim*, juga pada motif *Klengenan*. Motif batik Pagi Sore (memiliki 2 warna yang berbeda) mendapat pengaruh Belanda, serta motif Hokokai terpengaruh pada masa pendudukan Jepang. Motif batik *Jlamprang* berbentuk geometri, motif tertentu seperti bulatan yang dibentuk secara vertikal, kadang dengan motif bintang atau mata angin. *Jlamprang* sendiri diartikan sebagai seseorang atau prajuri yang akan maju perang, berbaris memegang senjata dan perisai (*tameng-Jawa*). Pengaruh budaya yang berasal dari masyarakat luar berdampak munculnya pengrajin atau pengusaha batik yang berasal dari keturunan Cina, Arab, Belanda, hingga kini masih ada beberapa pengrajin yang berasal dari keturunan Cina, Arab di samping pengrajin atau pengusaha yang berasal dari masyarakat lokal sendiri (Pekalongan).

### 2.3. INTERPRETASI SEMIOTIK BATIK SOLO - YOGYAKARTA

Kemunculan batik Solo tidak terlepas dengan kemunculan kerajaan Mataram pada sekitar abad 16 dan berkembang hingga kini. Pada awalnya seni batik hanya dibuat di kalangan istana atas perintah raja atau sultan. Para pekerja (*abdi daalem* dan wanita) di istana bekerja membatik dengan menggunakan *canting* dan proses lilin (*malam*) dan pewarnaan alam yang berasal dari buah-buahan dan daun tertentu (disebut sebagai warna *sogan*, *wedelan*, warna kecoklatan, kebiruan gelap yang alami). Teknik tersebut dikenal dengan sebutan batik tulis. Motif atau ragam hias diciptakan oleh raja atau seniman kraton untuk keperluan atau kebutuhan upacara –ritual tertentu dan kebutuhan sehari-hari dalam berbusana. Membatik yang hanya dikerjakan di kalangan para bangsawan kemudian mengalami perkembangan, menyebar ke luar istana hingga ke daerah atau wilayah di pulau Jawa (Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur hingga ke Madura). Penyebaran tersebut terjadi ketika kerajaan Mataram harus berperang melawan Belanda, dan munculnya Perang Diponegoro sehingga sebagian keluarga bangsawan dan pengikutnya mengungsi ke wilayah barat dan timur dari kerajaan Mataram (seperti misalnya Cirebon, Pekalongan, Banyumas, Malang, Madura). Ragam hias atau motif batik juga mengalami perubahan atau pergeseran, dari motif batik tradisional hingga ke motif batik yang lebih modern.

Hal yang menarik dari pergeseran motif adalah munculnya pergeseran makna, artinya motif batik tradisional atau klasik dari kraton menjadi atau memiliki makna egaliter (kesetaraan). Motif batik tradisional Solo/Yogya atau sering disebut sebagai motif *larangan*, seperti *parang*, *parang gabit glebag*, *parang rusak*, *wahyu temurun* (Solo), *prang klitik*, *parang barong*, *udan liris kothak* (Yogya). Sebenarnya motif tersebut hanya boleh dikenakan oleh keluarga raja atau bangsawan, rakyat yang tinggal di luar kraton tidak dapat menggunakan batik *Larangan* tersebut karena dianggap tabu, dan akan

mendapat “celaka” atau aib apabila memakai batik motif *Larangan*. Adanya perpindahan para keluarga bangsawan ke beberapa wilayah di luar kraton akibat peperangan dengan Belanda, maka batik pun dikenal luas oleh masyarakat kebanyakan yang berada di luar kraton Mataram. Mereka yang bukan berasal dari keluarga bangsawan belajar proses batik dan pada awalnya motif-motif *Larangan* ditiru untuk dijadikan motif bagi batik yang berada di luar kraton. Seiring dengan perkembangan zaman, motif *Larangan* dikenakan oleh masyarakat kebanyakan di samping dari keluarga bangsawan. Motif *larangan* menjadi “milik bersama”, tidak ada perbedaan antara “yang bangsawan” dengan rakyat kecil (*wong cilik*), bahkan motif tersebut dikembangkan dan dimodifikasi oleh para seniman atau pengrajin yang berasal dari kalangan rakyat biasa.

Di sisi lain, teknik dalam proses batik dikenal adanya teknik batik tulis, batik cap dan batik printing dalam membuat beragam motif batik. Pembuatan batik tulis yang memakan waktu cukup lama, berdampak pada harga jual yang cukup mahal, dan hanya kalangan tertentu saja yang dapat membelinya. Oleh karenanya para pengrajin batik membuat terobosan baru dalam proses batik cepat dan terjangkau di seluruh lapisan masyarakat, yaitu dengan menggunakan teknik *cap* (*cap* dibuat dari bahan tembaga dan motif tertentu) serta teknik *printing* (tekstil batik/sablon). Beberapa pengusaha batik di Solo membuat batik dengan 3 model, tulis, cap, dan printing dan disesuaikan dengan situasi, dan kondisi dari pengusaha batik tersebut, tetapi ada juga pengusaha batik yang mengkhususkan membuat batik printing.

Salah satu pengusaha batik besar yaitu Perusahaan PT DL, Surakarta, pabrik tekstil mengkhususkan pembuatan batik dengan teknik *printing*. Sebagai pabrik tekstil besar, dengan karyawan sekitar 8000 orang, pabrik tersebut memproduksi tekstil dengan beragam motif, salah satunya dengan motif/ragam hias batik. Ragam hias batik diciptakan oleh para desainer dan dikombinasikan dengan ragam hias yang berasal dari beragam etnik di Indonesia, seperti motif Dayak (Kalimantan), Jawa, Sunda, Papua, motif tenun Ikat NTT dan sebagainya. Berbagai pesanan batik dengan motif yang berasal dari beberapa wilayah di luar Solo, seperti Kalimantan, Sumatra Barat dan Papua, menyebabkan masyarakat mengenal adanya batik Papua, batik Kalimantan, batik Sumatera Barat, karena batik-batik tersebut memiliki motif yang berasal dari latar belakang budaya masing-masing, meskipun batik itu dibuat di Solo. Di sisi lain, PT DL juga memiliki batik printing yang khas, disebut sebagai batik Nusantara, karena motif itu menggambarkan kepulauan Nusantara dengan diisi (*isen*), beragam motif klasik Jawa. Batik-batik tersebut dipasarkan dengan harga yang sangat terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat, kain dengan ukuran 2,5 meter – 3 meter seharga Rp. 60.000,- sampai Rp 75.000,- (seperti yang dilihat ketika tim peneliti melakukan riset lapangan di show room PT DL, 2013).



Gambar 4. Pengrajin batik tulis  
(sumber: koleksi Irmayanti Meliono)

### III. NILAI MOTIF BATIK DAN FUNGSI BATIK TERHADAP MASYARAKAT

Atas dasar interpretasi semiotik pada batik Komar, batik Pekalongan, batik Solo-Yogya, maka muncul nilai-nilai pada motif batik. Nilai-nilai yang tercermin pada motif –ragam hias yang dihasilkan oleh industri kreatif tekstil (batik ) memiliki latar belakang budaya Indonesia atau budaya Nusantara yang kental. Untuk mendapatkan atau menemukan nilai tersebut haruslah ditelusuri dari motif-ragam hias tersebut. Untuk jelasnya dapat dilihat Lampiran no 1 Tabel Motif dan Jenis Batik

Nilai yang muncul atau yang diperoleh pada hasil riset ini adalah nilai egaliter (kesetaraan), nilai fungsional, nilai ekonomis, dan nilai simbolis. Nilai egaliter atau kesetaraan muncul terutama pada industri tekstil batik, karena saat ini masyarakat luas dapat memakai motif –ragam hias batik yang lazim dikenal sebagai motif *larangan* untuk berbagai kesempatan pada peristiwa yang dialaminya. Motif *larangan* adalah motif atau ragam hias batik yang berasal kraton-kraton di Jawa (Cirebon, Surakarta, Yogyakarta) seperti motif *lereng*, *parang barong* yang hanya dikenakan oleh kelompok bangsawan atau hanya dikenakan oleh Sultan Yogyakarta atau Sunan Surakarta. Masyarakat di luar kraton tidak diperkenankan menggunakan atau memakai batik motif *larangan*. Saat ketika batik telah dikukuhkan sebagai warisan Budaya Tak Benda (*Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity*) oleh UNESCO (tanggal 2 Oktober 2009), maka citra batik menjadi semakin meningkat, baik dari sisi produksi maupun kebutuhan para pengguna. Para pengusaha batik (dengan modal kecil, menengah, besar) berusaha untuk memenuhi kebutuhan pasar dan mengolah batik dengan beragam cara dengan motif batik-ragam hias yang beragam serta industri pakain jadi (kemeja, baju perempuan, baju anak-anak, baju muslim dan sebagainya).

Nilai fungsional pada industri kreatif ini nampak ketika hasil karya atau hasil produksi para pengusaha batik, pabrik garmen batik dipakai oleh seluruh masyarakat



untuk beragam peristiwa yang dilaluinya. Sebagai contoh, batik tulis, batik cap dan batik printing (dari berbagai sentra batik di Jawa) sangat diperlukan oleh masyarakat luas untuk berbagai peristiwa. Masyarakat luas menggunakan batik untuk, upacara ritual siklus manusia (kelahiran anak, perkawinan, kematian), dan berbagai peristiwa lainnya. Nilai fungsional tersebut demikian menonjol karena adanya substansi yang terkait dengan keberadaan produksi tekstil (batik, garmen batik) sebagai sesuatu yang bersifat nyata (berada pada dunia nyata), konkret, ontologis. Selain itu ada transfer nilai yang dimulai dari faktor: aktifitas, syarat, langkah dan hasil yang dicapai oleh para pelaku industri kreatif. Dimulai dari para pengrajin batik, pengusaha industri tekstil (batik, garmen batik) yang merintis aktifitas pada awal ketika pertama kali mendirikan perusahaan atau usaha (usaha kecil, usaha menengah). Para pengusaha memiliki seperangkat alat kerja, tempat para pekerja, pengrajin untuk bekerja di situ. Komponen syarat dalam transfer nilai berada para pengusaha ketika mereka komitmen untuk menghasilkan produksi tekstil tertentu (batik, garmen batik) dan berada pada “wadah” tertentu seperti institusi pemerintah dalam hal ini di bawah Direktorat Industri Tekstil dan Aneka, Kementrian Perindustrian yang berfungsi sebagai mitra bestari. Berikutnya adalah langkah yang harus dikerjakan adanya ketrampilan (*skill*) dari para pekerja, mereka sejak awal mendapat semacam arahan, pelatihan, bimbingan dari para pengusaha (bertindak sebagai motivator) agar apa yang dikerjakan mendapatkan hasil/produksi yang maksimal. Khusus untuk produksi tekstil, maka motif-ragam hias, ataupun model garmen batik harus didiskusikan terlebih dahulu oleh bagian atau seksi desainer perusahaan/pengusaha agar mendapatkan nilai-nilai dasar yang dibutuhkan sebuah produksi, misalnya yang terkait dengan budaya Indonesia, pasar, permintaan pesanan konsumen dengan desain tertentu. Dengan demikian nilai fungsional yang diperoleh sebenarnya merupakan kumulatif dari transfer nilai yang terkait dengan – aktifitas, syarat, langkah dan hasil yang merupakan sistem nilai fungsional.

Sejalan dengan nilai fungsional, maka nilai ekonomi pada industri kreatif (batik, garmen batik) terkait juga transfer nilai yang memiliki elemen seperti aktifitas, syarat, langkah dan hasil. Nilai ekonomi akan muncul bila aktifitas para pengusaha melakukan transaksi penjualan baik dalam skala kecil maupun skala besar terhadap para pembeli (individual, masyarakat luas, perusahaan/institusi). Syarat dalam nilai ekonomi akan muncul apabila para pedagang memiliki tempat untuk berjualan, sentra pada lokasi tertentu untuk penjualan batik, seperti misalnya “Kampung Batik Lawiyan, Surakarta, merupakan tempat di daerah Lawiyan, Kauman, Surakarta, di mana daerah tersebut menjadi tempat pemukiman para pengusaha –pengrajin batik dan mereka memproduksi sekaligus menjual hasil produknya (adanya toko-toko-rumah batik yang menjual batik khas Solo atau batik lainnya). Mereka juga tergabung dalam asosiasi setempat, seperti APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia), APBI (Asosiasi Pengusaha Batik Indonesia), GKBI (Gabungan Koperasi Batik Indonesia). Langkah yang harus diperhatikan dalam



nilai fungsional adalah model penjualan hasil produksi tekstil, misalnya dengan menjual pada toko yang dimiliki sendiri, menitipkan barang produksinya kepada pengusaha besar yang memiliki banyak toko di beberapa daerah di Indonesia (sebagai contoh pengusaha menengah batik di Lawiyen menitipkan hasil produksinya ke Batik Keris, Batik Dinar Hadi yang memiliki beberapa cabang di kota-kota besar di Indonesia)

Di sisi lain, adanya kemajuan teknologi dan multi media, beberapa pengusaha batik di Pekalongan, Cirebon, Surakarta melakukan penjualan secara *online*, mereka menggunakan jejaring sosial seperti *face book*, *website* untuk menarik pelanggan. Persaingan yang keras antarpengusaha mengharuskan mereka memiliki strategi penjualan yang lebih dapat menguntungkan. Begitu juga adanya pameran industri kreatif di Jakarta atau di beberapa kota besar yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, selalu diikuti oleh para pengusaha kecil – menengah dengan tujuan untuk menjaring pasar. Hasil yang diperoleh dalam melihat adanya nilai ekonomis tergantung pada daya serap pasar dan harga penjualan produksi tekstil. Harga penjualan produksi tergantung juga pada biaya proses pembuatan produksi seperti misalnya kenaikan tarif listrik, BBM, ketersediaan bahan baku yang terbatas (kapas- benang kapas –*cotton*, kain putih, mori, primis, primisima ) akan menyebabkan satuan harga produksi naik, dan akan berakibat menurunnya tingkat penjualan. Begitu juga jumlah pengusaha batik yang meningkat akan menimbulkan semacam kompetitor dalam usaha penjualan. Untuk itu para pengusaha harus memiliki semangat kreatifitas, dan inovatif agar produksinya diminati oleh konsumen. Dengan demikian nilai ekonomis produksi industri tekstil akan muncul sejalan dengan transfer nilai yang berasal dari aktifitas, syarat, langkah, dan hasil yang berasal dari industri tekstil menguntungkan dan tidak menguntungkan bagi pengusaha.

Nilai simbolis akan terkait juga dengan transfer nilai yang dimiliki barang produksi industri tekstil, seperti factor aktifitas, syarat, langkah dan hasil. Aktifitas para pengusaha, pengrajin adalah melakukan usaha atau membuat motif-ragam hias batik atas dasar pengalaman di masa lalu (warisan dari generasi kegenerasi) – “menyontek” –“*menjiplak*” motif yang telah ada, melakukan perubahan –kreatifitas untuk membuat motif yang lebih baru, sentuhan inovatif pada motif yang telah ada. Syarat untuk terjadinya transfer nilai, bila para pengusaha (dalam hal ini para desainer motif –ragam hias) haruslah memiliki sejumlah pengetahuan dasar motif klasik batik dari budayainilai filosofis masyarakat Jawa, Sunda, Cirebon dan sebagainya. Begitu juga dengan kemampuan meng-gambar seseorang/pengrajin batik (untuk motif manual), atau untuk saat ini dengan kemajuan Teknologi Informasi, maka motif batik dapat tersimpan dan dikembangkan melalui *software digital*, dan ini akan memudahkan bagi para desainer motif untuk berkarya lebih baik lagi. Berikutnya adalah melakukan langkah dengan menuangkan gagasan/ide yang telah disalurkan melalui motif –ragam hias tertentu dengan ke bagian proses selanjutnya, seperti proses menggambar dengan teknik lilin di atas kain mori, atau proses cetak pada pabrik tekstil batik. Hasil yang tampil adalah