

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cultural studies adalah bidang ilmu lintas disiplin yang mempelajari *culture as ordinary life*, *culture as politics*, *culture as text*, dan *culture as plural* (Hartley, 2002: 49). Kebudayaan dilihat sebagai suatu arena di mana makna diproduksi, dipertukarkan, dan saling berkontestasi. Objek penelitian *cultural studies* berasal dari kehidupan sehari-hari masyarakat kontemporer, memberi perhatian pada budaya populer dan hal-hal yang secara umum dianggap ‘biasa’. Fenomena budaya dan perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat dapat diamati dan diteliti untuk menjelaskan apa yang sedang terjadi dalam masyarakat tersebut.

Sebuah fenomena kebudayaan yang menarik untuk dicermati akhir-akhir ini adalah semakin meningkatnya pemakaian batik di kalangan masyarakat. Beberapa tahun belakangan ini (sulit menentukan batasan waktu yang tepat karena batik tidak pernah hilang sama sekali) perkembangan batik semakin merambah ke ranah populer. Batik nampaknya menjadi suatu tren, dan bukan hanya sebagai tren mode sesaat namun menjadi sesuatu yang muncul di mana-mana dan selalu hangat dibicarakan.

Batik memang telah lama ada dalam wacana kebudayaan Indonesia, dan sepanjang sejarahnya telah mengalami berbagai perkembangan dan perubahan pemaknaan. Batik umumnya dibanggakan sebagai hasil kebudayaan Indonesia, telah memiliki sejarah panjang di tanah air, dan bahkan menandai identitas kultural bangsa. ‘Batik’ lekat dengan ‘Indonesia’, dan sebaliknya pembicaraan mengenai budaya Indonesia kemungkinan besar akan menyebut batik. Mungkin tanpa disadari batik telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia sehari-hari. Oleh karena itu, isu mengenai batik pasti akan lebih besar dari sekadar sebuah tren atau gaya hidup, dan dapat menyentuh berbagai aspek mengenai kehidupan masyarakat kita.

Tren batik yang telah disebut di atas bisa dilihat sebagai suatu perubahan dalam masyarakat yang dapat diteliti lebih lanjut. Belakangan ini, popularitas batik meningkat dengan pesat, seperti yang dapat dengan mudah dilihat di Jakarta dan sekitarnya. Banyak orang memakai pakaian batik, banyak tempat menjualnya, dan berbagai media mengangkat isu batik sebagai topik hangat. Batik semakin sering muncul di panggung-panggung peragaan busana, halaman majalah-majalah, hingga di berbagai butik dan toko. Batik kini modelnya semakin bervariasi, dimodifikasi menyesuaikan selera fashion yang sedang berlaku.¹ Ragam hias dan warna-warnanya sangat beragam. Dengan demikian, batik memiliki banyak penggemar baru termasuk remaja dan para *fashionista*², walaupun tentunya penggemar batik tidak terbatas pada mereka saja. Namun demikian, nampaknya terjadi perbedaan-perbedaan pemaknaan terhadap batik. Banyak dari pakaian batik yang muncul dalam kerangka tren ini yang dianggap sudah bergeser dari definisi awal batik, sehingga ada yang menyebut bahwa yang menjadi tren hanyalah kain bermotif serupa batik. Perbedaan-perbedaan makna ini menunjukkan adanya kontestasi dari makna batik itu sendiri di masyarakat.

Bila tadinya batik lebih banyak ditemui di toko-toko khusus busana batik seperti Dinar Hadi dan di pusat perbelanjaan tertentu seperti Sarinah dan Pasaraya, sekarang batik jadi lebih mudah ditemukan. Batik kian menjamur, selain di pusat-pusat perbelanjaan, dapat juga ditemui di toko-toko dan butik-butik kecil, bahkan pasar dan kios-kios di pinggir jalan. Beberapa jenis (yang dijual di toko-toko kecil dan ITC misalnya) merupakan hasil produksi massal sehingga harganya semakin murah. Yang jelas, 'batik' kini semakin ada di tataran populer, menjangkau kalangan yang lebih luas, dan isu mengenai batik naik ke permukaan dan menjadi perhatian banyak kalangan. Mengapa batik bisa jadi tren dan mengapa peningkatan popularitas tersebut terjadi saat ini? Apa yang sedang terjadi di masyarakat? Untuk menjelaskan

¹ Misalnya berbentuk rok dengan berbagai potongan, atasan model *babydoll*, tunik, berlempang balon, gaun informal, bahkan *tanktop* Kesan yang muncul jadi lebih *fresh*, modern.

² *Fashionista* adalah istilah yang digunakan untuk merujuk kepada orang yang sangat memperhatikan dan selalu mengikuti tren-tren *fashion* terbaru, termasuk di dalamnya perancang mode, model, fotografer, penulis, dan orang-orang industri mode. *Fashion* yang dimaksud di sini umumnya *high-fashion* yang melibatkan merek-merek internasional ternama.

hal-hal tersebut, penelitian ini akan menyelidiki bagaimanakah wacana mengenai batik yang sedang berlaku di masyarakat saat ini.

1.1.1 Definisi batik dan konteks penelitian

Sebelum melangkah lebih jauh, ada baiknya dilakukan penjelasan arti batik dan konteks penelitian ini. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan *batik* sebagai: “*Corak atau gambar (pada kain) yang pembuatannya secara khusus dengan menerakan malam kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu.*” (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1993: 84). Sementara dalam buku ‘Batik Klasik’ yang memuat berbagai ragam hias batik beserta artinya, batik diartikan sebagai lukisan atau gambar pada kain mori yang dibuat dengan menggunakan alat bernama canting, dan orang yang melakukannya disebut *mbatik* (=membatik). Membatik menghasilkan batik atau batikan berupa macam-macam motif dan mempunyai sifat-sifat dan arti khusus (Hamzuri, 1989: 1). Batik klasik adalah salah satu perkembangan seni di Jawa, khususnya Jawa Tengah. Buku ini menekankan pada batik klasik, sehingga muncul isu otentisitas karena disebutkan bahwa penggunaan alat yang mempercepat proses pengerjaan seperti cap hanya menghasilkan motif seperti batik, tapi bukan lagi batik dalam arti yang sebenarnya. Namun demikian, dalam perkembangannya batik cap-pun banyak diakui sebagai batik. Sementara Departemen Perindustrian menetapkan batik adalah teknik membuat motif dengan merintang warna memakai malam. Motif batik dapat dibuat dengan cara apa-pun dan berbentuk apa saja (*Kompas*, 14 Desember 2008). Untuk lebih lanjutnya mengenai pengertian batik dan perkembangannya akan dibahas di sub-bab berikutnya.

Dalam kerangka tren batik yang muncul ke permukaan akhir-akhir ini, agaknya pengertian batik seperti melebar dari definisi awal tersebut. Yang pasti, isu ‘batik’ banyak dibahas secara luas meliputi berbagai aspeknya; batik menjadi perhatian masyarakat dan mendapat tempat dalam berbagai wacana kehidupan sosial kita. Dapat dikatakan bahwa ada berbagai pemaknaan mengenai batik yang ada di masyarakat saat ini. Penelitian ini ingin mengangkat berbagai pemaknaan tersebut

untuk melihat wacana tentang batik, mana yang dominan dan mana yang marjinal, tanpa bermaksud menilai yang benar dan salah. Perbedaan-perbedaan bahkan pertentangan makna ini akan menjadi bagian dari analisis.

1.1.2 Batik: Asal Mula dan Latar Belakang

Batik adalah hal yang tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. ‘Batik’ pada dasarnya adalah salah satu teknik pembuatan dekorasi pada kain tradisional. Teknik semacam ini disebut teknik celup rintang atau *resist-dye*³. Ragam hias yang diinginkan pertama-tama dilukis pada kain dengan menggunakan bahan perintang warna seperti lilin, kemudian dicelup ke pewarna, sehingga hasilnya ketika lilin diluruhkan, bagian yang tertutup lilin tersebut tidak berubah warna dan terbentuklah pola. Teknik ini diulang berkali-kali sesuai keperluan, sampai didapat hasil akhir yang diinginkan.

Teknik pembuatan kain dengan celup rintang ini sebenarnya sudah ada sejak dahulu dan dikerjakan di berbagai tempat di dunia, seperti misalnya Cina, Jepang, India, Afrika, hingga Amerika Selatan. Dari mana asal mulanya sulit ditentukan, mungkin saja teknik ini berkembang bersamaan di berbagai tempat di dunia (Tirta, 1996: 37). Pada umumnya sebagai bahan perintang warna dipakai berbagai jenis bubuk seperti yang terbuat dari gandum, beras ketan, dan paraffin, dan sebagai alat melukis dipakai berbagai bentuk alat, antara lain kuas.

Di Indonesia sendiri, dikenal jenis-jenis kain tradisional lain dengan teknik pembuatan celup rintang, seperti misalnya kain simbut masyarakat Baduy di Jawa Barat yang menggunakan bubuk nasi sebagai perintang warna dan pewarnaan yang sederhana. Kain ini bahkan sudah ada sebelum batik muncul dan berkembang. Selain itu ada pula kain jumputan, pelangi, dan tritik, kain sarita dan maa dari Toraja, dan kain sasirangan dari Kalimantan.

Seni batik mengalami puncak perkembangan di Indonesia, terutama di Pulau Jawa. Tidak mengherankan bila batik kemudian menjadi identik dengan Indonesia.

³ *Resist-dye* adalah teknik pembuatan dekorasi pada kain dengan membubuhkan bahan perintang warna sebelum mewarnainya.

Bila dibandingkan dengan kain-kain celup rintang yang lain, termasuk yang berasal dari luar, batik disebut sebagai seni tekstil yang unik karena mengandung begitu banyak simbolisme dan makna. Warna, ragam hias, dan coraknya, bagaimana caranya dibuat, dilipat, dan digunakan, semuanya memiliki makna-makna tertentu (Kerlogue, 2004: 11). Batik sarat filosofi dan nilai-nilai budaya masyarakatnya. Nampaknya makna-makna mendalam inilah yang tidak dimiliki oleh bermacam batik buatan negeri lain (Doellah, 2002: 7). Yang juga membedakan batik dari kain-kain celup rintang tersebut adalah bahwa batik menggunakan suatu alat khas untuk melukiskan malam (lilin batik sebagai perintang warna). Alat tersebut adalah *canting*, alat membatik khas yang hanya digunakan di Indonesia. Canting terbuat dari tembaga dan dipasang pada sebuah gagang yang terbuat dari buluh bambu kecil. Ukuran mulut canting berbeda-beda besarnya, tergantung besar kecilnya garis-garis yang ingin dibuat dan ada pula yang berujung ganda atau lebih. Dengan canting, garis-garis yang dihasilkan halus dan jelas, memungkinkan ragam hias dengan garis yang terang dan halus dan sama pada sisi luar maupun sisi dalam kain (Tirta, 1988: 7).

Setiap daerah penghasil batik pada umumnya mempunyai batik dengan ciri khas masing-masing, yang dipengaruhi oleh beberapa hal (Djoemena, 1990: 1):

- Letak geografis pembuatan
- Sifat dan tata kehidupan daerah yang bersangkutan
- Kepercayaan dan adat istiadat daerah yang bersangkutan
- Keadaan alam sekitar, termasuk flora dan fauna
- Adanya kontak atau hubungan antar daerah pembatikan

Dalam melihat produk batik itu sendiri, ada beberapa hal yang bisa dilihat untuk mengetahui asal batik tersebut, antara lain tatanan warna, *isen-isen* (pola pengisi bidang) khas daerah tersebut, jenis kain (apakah kain panjang, sarung, dan sebagainya), dan ukuran kain (misalnya, selendang produksi Sumatera biasanya lebih lebar). Namun memang, di masa sekarang ini perbedaan dan ciri-ciri khas ini sudah banyak yang melebur dan saling mempengaruhi, sehingga tidak mudah untuk menentukan batasan daerah asal di mana suatu batik diproduksi.

Batik adalah sehelai *wastra*⁴ yang mengandung dua unsur pokok: teknik celup rintang yang menggunakan lilin sebagai perintang warna, dan pola yang beragam hias khas batik (Doellah, 2002: 10). Namun sekitar satu abad belakangan ini batik mulai memiliki fungsi lain, yaitu pakaian sehari-hari dan fungsi-fungsi selain pakaian, misalnya digunakan untuk taplak meja, korden, sarung bantal, hiasan dinding, dan berbagai peralatan rumah lainnya. Selain itu, belakangan muncul seni lukisan batik, yang menggunakan teknik membatik dalam melukis, dan umumnya sudah tidak mengambil inspirasi dari ragam hias kain batik yang tradisional (Kerlogue, 2004: 12). Lebih lanjut tentang perkembangan batik di Indonesia akan dibahas di bawah, sebagai latar belakang untuk analisis teks media mengenai batik.

1.1.3 Batik: Kain Tradisional Sarat Simbolisme

Batik termasuk kain tradisional, dan dari peralatannya membatik juga digolongkan kerja tradisional, yang menggunakan peralatan seperti *anglo*, *gawangan*, dan *tepas*.⁵ Selain itu tentunya ada canting, yang merupakan alat utama membatik. Sebagian kalangan menyebut bahwa canting inilah yang menentukan apakah hasil pekerjaan itu dapat disebut batik atau bukan (Hamzuri, 1989: 5). Canting terbuat dari tembaga, dan ada berbagai macam, dilihat dari besar kecil/berapa banyak ujungnya, dan untuk mengerjakan bagian apa canting itu digunakan (untuk melukis pola, untuk mengisi bidang). Proses pembuatan batik tergolong rumit dan memakan waktu cukup lama, dan terdiri dari banyak tahap yang berulang-ulang dan bahkan bisa dikerjakan banyak orang, mulai dari melukiskan pola dasar, pola isian, pencelupan, hingga peluruhan lilin dan persiapan kain menjadi produk akhir.

Secara tradisional, banyak ragam hias batik yang memiliki makna, tetapi makna-makna ini tidaklah seragam. Suatu ragam hias bisa memiliki arti dan signifikansi yang berbeda bagi masyarakat yang berbeda, dan sebutan suatu corak/ragam hias yang serupa dapat berbeda-beda pula. Namun memang ada ragam

⁴ Wastra adalah kain yang dibuat secara tradisional dan terutama juga digunakan dalam matra tradisional (Doellah, 2002: 10)

⁵ Untuk keterangan lebih lanjut mengenai peralatan tradisional yang digunakan dalam membatik, lihat 'Batik Klasik' (Hamzuri, 1989)

hias tertentu yang telah dimaknai sama secara lebih luas. Karena berbagai simbolisme inilah maka kain batik banyak digunakan dalam konteks ritual, misalnya pada upacara pemberian nama pada anak, sunatan, perkawinan, dan upacara-upacara kerajaan. Di lingkungan keraton, bahkan ada ragam hias tertentu yang disebut sebagai ‘larangan’, yaitu ragam hias dengan arti khusus yang hanya boleh dipakai oleh raja dan kalangan ningrat, dan terlarang dipakai masyarakat umum.

Ragam hias dan pola-pola pada batik yang ada di Indonesia antara lain dipengaruhi oleh simbol-simbol dan kebudayaan Hindu-Jawa, Cina, Melayu, Arab-Islam, dan Eropa. Di batik pesisiran, pengaruh Cina dan Eropa/Belanda sangat terlihat. Pengaruh Cina misalnya pada ragam hias yang menampilkan makhluk dari mitologi Cina seperti naga, singa, burung *phoenix*, dan kain model *lokcan*, sementara pengaruh Eropa sangat terlihat pada ragam hias buketan dengan warna-warna cerah dan pastel, seperti yang dipopulerkan pengusaha batik keturunan Belanda seperti Metzelaar dan Van Zuylen.

Tidak semua simbol yang memiliki arti tertentu di kebudayaan asalnya, memiliki arti yang sama atau bahkan tidak dimaknai khusus dalam batik. Misalnya lambang-lambang ikonografi Cina seperti *banji* (swastika) yang di kebudayaan Cina bermakna infinitas dan imortalitas, di banyak desain batik Jawa dan Madura perannya lebih sebagai pola pengisi tanpa makna simbolis seperti di Cina. Bagi konsumen keturunan Cina, makna tersebut mungkin jelas, namun bagi masyarakat di luar komunitas itu (konsumen Jawa sebagai pasar utama), simbol tersebut bisa diartikan lain (Kerlogue, 2004: 77).

Warna yang digunakan juga memiliki makna-makna tertentu. Misalnya di kebudayaan Jawa yang mengasosiasikan warna merah dengan perempuan dan putih dengan laki-laki; dan kain berwarna merah – putih biasanya digunakan dalam upacara perkawinan, melambangkan persatuan laki-laki dan perempuan. Warna tertentu juga ada yang digunakan untuk membedakan usia atau kedudukan.

Pada masa lampau umumnya kain batik berbentuk empat persegi panjang, terdiri dari berbagai ukuran sesuai dengan penggunaannya dan bersifat serba guna. Kain batik terutama dipakai untuk busana dan perlengkapannya serta sebagai hiasan

pada berbagai upacara adat atau keagamaan (Djoemena, 1991: 50). Batik tradisional memiliki tata cara dan aturan tersendiri dalam pemakaiannya. Yang termasuk dalam batik tradisional adalah kain panjang, kain sarung, ikat kepala, *kemben*, selendang, dan *dodot*.⁶ Yang terakhir ini hanya ada di batik kerajaan, dan merupakan busana kebesaran kerajaan yang hanya digunakan pada acara-acara khusus tertentu. Aturan-aturan dalam penggunaan batik tradisional ini memiliki juga makna, seperti misalnya lipatan-lipatan atau warna-warna tertentu yang menunjukkan status sosial, status perkawinan, dan usia; serta pada peristiwa apa batik itu digunakan. Dari cara penggunaan ini juga dapat diketahui tempat asal batik, misalnya blangkon gaya Sala dan gaya Yogyakarta yang berbeda di bagian belakangnya, cara menyampirkan selendang, kebaya yang dipakai sebagai atasan kain sarung, dan bentuk *wiron* serta *sereddan* pada kain panjang. Kebiasaan atau cara pemakaian berbagai jenis batik sangat bervariasi dari daerah yang satu dengan lainnya (Djoemena, 1991: 63).

Di Indonesia, batik tumbuh dan berkembang pesat di Pulau Jawa, dengan daerah Jawa Tengah sebagai pusatnya. Bila melihat daerah penghasilnya, sejak masa pendudukan Belanda batik bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu batik *Vostenlanden*⁷, yang berasal dari Surakarta dan Yogyakarta (disebut juga batik pedalaman), serta batik pesisiran yang berasal dari pusat-pusat batik di luar kedua kota tersebut.⁸ Secara umum, batik *Vorstenlanden* memiliki ragam hias bersifat simbolis dan dilatari kebudayaan Hindu-Jawa, dengan warna yang tidak banyak (soga, indigo, hitam, putih); sementara batik pesisir memiliki ragam hias bersifat naturalis dengan pengaruh berbagai kebudayaan asing terutama Cina dan Eropa, dan warnanya lebih beragam.

Batik Solo dan Yogya juga biasa disebut batik kerajaan atau batik keraton. Batik keraton di Jawa Tengah diperkirakan sudah ada dari masa Sultan Agung di era Kerajaan Mataram, pada awal abad ke-17. Dipercaya bahwa pola-pola yang

⁶ Untuk keterangan lebih lanjut mengenai jenis-jenis batik tradisional beserta contohnya, lihat 'Batik dan Mitra' (Djoemena, 1991)

⁷ Dua wilayah ini adalah daerah kerajaan, dan disebut *Vorstenlanden* pada masa kolonial Belanda (Djoemena, 1990: 8)

⁸ Daerah-daerah pusat batik di luar Surakarta dan Yogyakarta yang menonjol: Cirebon, Pekalongan, Indramayu, Lasem, Garut, Madura, Jambi.

kemudian dijadikan pola larangan asalnya adalah pola-pola yang diciptakan oleh Sultan Agung (misalnya pola *parang rusak*). Pada pertengahan abad ke-18, pusat kerajaan pecah menjadi Surakarta dan Yogyakarta. Ciri-ciri dasar batik Mataram tetap dibawa, tetapi pihak keraton Yogyakarta membedakan diri dengan Surakarta, misalnya dengan membuat arah diagonal yang berbeda dalam ragam hias *parang rusak*, dan warna dasar yang lebih putih (Kerlogue, 2004: 32).

Batik keraton ini banyak dipengaruhi kebudayaan Hindu Jawa dan Islam. Sebagian besar warisan budaya klasik Jawa yang bertahan hingga saat ini pun masih mengandung unsur Hindu-Jawa, suatu akulturasi budaya yang tetap dipelihara terutama di dalam lingkup tembok keraton. Batik keraton awalnya secara keseluruhan dibuat di dalam lingkungan keraton, dan tentunya dibuat khusus untuk keluarga kerajaan. Putri-putri raja terlibat dalam proses pembuatan pola dan pembatikan, sedangkan proses selanjutnya oleh umumnya dilakukan oleh abdi dalem. Lama-kelamaan kebutuhan akan batik semakin meningkat, sehingga muncullah kegiatan pembatikan di luar tembok istana.

Pada mulanya batik hanya dikerjakan secara rumahan dan sederhana. Ada perajin-perajin batik dari desa yang lalu diangkat oleh pihak keraton dan ditempatkan di sekitar lingkungan keraton, untuk memproduksi batik bagi kerajaan. Kembali kebutuhan batik semakin meningkat pesat, sehingga akhirnya muncullah usaha batik para saudagar. Saudagar batik kemudian membuat batik yang diperuntukkan bagi pasar yang lebih luas, yaitu masyarakat umum dan bukan hanya kaum ningrat.

Karena pemakaian batik menjadi luas dan lebih umum, pihak keraton lalu menentukan pola-pola larangan yang hanya boleh dipakai raja dan keluarga kerajaan. Pola yang termasuk larangan ini misalnya ragam hias *parang rusak*. Namun, seiring dengan perubahan jaman, pihak keraton lama-kelamaan memperlonggar kebijakan mengenai pola larangan. Peraturan pola larangan hanya berlaku di dalam keraton, terutama dalam pelaksanaan upacara-upacara (Doellah, 2002: 54-56; Kerlogue, 2004: 20).

Penggunaan batik akhirnya meluas ke luar lingkungan keraton, timbullah batik yang disebut batik saudagar/sudagaran dan batik petani. Peralihan selera

masyarakat yang tadinya mengenakan tenun ke kain batik sebagai pakaian sehari-hari secara tidak langsung menyebabkan tumbuhnya perajin dan pengusaha batik, dan membuatnya terus berkembang (Doellah, 2002: 124). Banyak saudagar batik yang membuka usaha di kota-kota pelabuhan di daerah pesisir utara Jawa. Dari batik saudagar inilah di kemudian hari muncul canting cap yang menghasilkan batik cap.⁹ Batik cap tercipta untuk memenuhi selera pasar, karena proses pembuatannya lebih cepat dari batik tulis sehingga kain yang dihasilkan bisa lebih banyak, namun mutunya dianggap lebih rendah. Mereka juga memodifikasi pola-pola larangan dan menciptakan pola-pola baru sehingga bisa digunakan umum.

Sementara batik petani atau pedesaan merupakan hasil karya perajin di pedesaan. Batik rakyat di Yogyakarta yang ternama berasal dari Bantul, yang ragam hiasnya bersumber pada alam pedesaan. Batik petani terdapat di berbagai pelosok Jawa. Batik petani yang berkembang di daerah Surakarta dan Yogyakarta masih banyak dipengaruhi ragam hias batik keraton, di samping ragam hias seperti tumbuh-tumbuhan, satwa, dan bunga-bunga. Batik petani dari daerah pesisir bercirikan ragam hias yang bersumber pada kehidupan laut dengan warna khas pesisiran (Doellah, 2002: 127).

Batik pesisir, yang antara lain meliputi Pekalongan, Cirebon, Garut, Indramayu, Lasem, dan Madura, seperti telah disinggung sebelumnya banyak mendapat pengaruh kebudayaan luar. Hal ini karena letak kota-kota ini yang menyebabkannya banyak dikunjungi pedagang dan imigran. Di daerah-daerah ini, batik mulai berkembang sebagai suatu industri, yang pembuatannya untuk memenuhi permintaan pasar. Dibandingkan batik pedalaman, ragam hiasnya lebih naturalis, lebih karya warna, dan tidak mengandung begitu banyak simbolisme.

Sementara bila dilihat dari corak dan ragam hiasnya batik dapat dibagi menjadi pola geometris (misalnya *kawung*, *ceplok*, *lereng*, *parang*) dan pola non-

⁹ Canting cap adalah alat untuk membubuhkan lilin cair atau malam di atas kain bukan dengan canting melainkan dengan suatu alat yang terbuat dari kawat tembaga yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk pola batik. Proses selanjutnya sama dengan pembuatan batik tulis.

geometris (misalnya *semen*, *lung-lungan*, *buketan*, dan pola pinggiran).¹⁰ Selain itu ada pula pola-pola khusus yang merupakan ragam hias khas Cirebon, yang ditata horizontal dan mengikuti pengaruh Cina, mengandung unsur mega dan wadsan. Batik dengan pola seperti yang disebut terakhir tadi dapat dikelompokkan menjadi batik keraton Cirebon. (Doellah, 2002: 20-21)

1.1.4 Perkembangan selanjutnya: Batik Indonesia, identitas kultural bangsa

Di awal-awal abad ke-20 kemakmuran mulai meningkat di wilayah Hindia Belanda, terutama di Pulau Jawa. Semakin banyak kalangan yang mampu memakai batik, sehingga permintaan akan batik semakin meningkat. Pada saat inilah produksi batik cap semakin banyak demi memenuhi permintaan pasar yang tinggi. Di pusat batik di pesisir utara Jawa seperti Cirebon dan Pekalongan, industri batik semakin berkembang, bukan hanya memenuhi pasar lokal tetapi juga mulai mengeksport ke luar negeri. Mulai digunakannya pewarna sintesis juga membuat desain batik semakin beragam. Berawal dari industri rumahan dan banyak dikerjakan perempuan, lama-kelamaan batik menjadi industri yang lebih besar, dihasilkan di pabrik, dan banyak dikerjakan oleh pekerja laki-laki.

Pada masa perang dunia pertama, persediaan bahan kain bahan dasar batik berkurang, sehingga harga batik naik. Krisis ekonomi dunia pada tahun 1920-an juga mempengaruhi industri batik di Indonesia. Permintaan pasar akan batik mengalami fluktuasi. Demikian jualan pada masa perang dunia kedua, persediaan bahan pembuatan batik terganggu. Di masa pendudukan Jepang, rasa anti-Eropa muncul, dan pabrik-pabrik batik milik pengusaha batik Eropa banyak yang tutup dan diambil alih pengusaha Cina. Pada masa inilah di daerah pesisiran (Pekalongan) muncul apa yang disebut dengan batik *Jawa Hokokai*, yang mengikuti selera ornamental Jepang. Kain ini dibuat dengan model pagi-sore, satu kain dengan dua tampilan, untuk menghemat bahan. Hal ini menunjukkan betapa batik sangat responsif dan dapat menyesuaikan diri terhadap situasi dan keadaan pada saat diproduksi.

¹⁰ Untuk melihat contoh pola-pola batik beserta artinya, lihat Hamzuri (1989), Djoemena (1990), atau Doellah (2002).

Tahun 1945 Indonesia merdeka, dan ini juga membawa dampak bagi perkembangan batik. Semakin banyak saling mempengaruhi antar gaya batik satu daerah dengan yang lain, semakin umumnya pola-pola larangan, hingga produksi batik yang tidak lagi secara tradisional menggunakan canting. Perkembangan selanjutnya adalah pemakaian bahan sintesis yang digunakan sebagai bahan dasar. Karena meningkatnya permintaan bahan batik untuk kemeja dan kain non-tradisional lainnya, dan dengan semakin tingginya biaya pembuatan batik tulis dan cap, akhirnya mendorong perkembangannya batik sablon dan *printing*, yang pada hakekatnya bukan merupakan batik dalam arti sebenarnya (Djoemena, 1991: 9-10).

Setelah kemerdekaan Indonesia, mulai muncul usaha untuk kembali mengembangkan batik, bukan hanya sebagai suatu kekuatan ekonomi, tetapi juga menjadikannya simbol identitas kultural bangsa. Dibentuklah Gabungan Koperasi Batik Indonesia (GKBI) yang mengumpulkan pengusaha batik se-Indonesia, juga untuk menghalau persaingan dari luar. Pada masa ini, batik sudah mulai banyak dipandang sebagai kuno, tidak modern. Dalam negara yang mengusung demokrasi, fungsi batik sebagai penanda status tidak dilihat lagi (Kerlogue, 2004: 107).

Pada sekitar tahun 1950-an, Presiden Soekarno mendukung diciptakannya gaya batik tulis baru yang dibuat oleh K. R. T. Hardjonagoro di Solo. Gaya ini memadukan warna-warna cerah khas batik pesisiran dengan ragam hias batik kerajaan khas Jawa Tengah, diikuti pola-pola baru yang terinspirasi ragam hias kain tradisional lainnya di Indonesia. Presiden Soekarno menyebut batik jenis ini 'Batik Indonesia'. Hal ini disambut baik para pengusaha batik, dan mulai mendominasi pasar sebagai pakaian sehari-hari. Batik ini mengandung makna persatuan Indonesia, dan dimaksudkan berperan sebagai suatu lambang identitas kultural bangsa.

Di tahun 1960-an, mulai diproduksi batik imitasi yang dibuat tanpa melalui proses membatik (celup rintang), melainkan melalui *silkscreen printing* (batik *print*). Produksi menjadi lebih cepat dan mudah, sehingga yang dihasilkan lebih banyak. Lama-kelamaan proses *printing* inipun bahkan mendesak batik cap.

Menjelang tahun 1970-an, kemeja batik diunggulkan jadi pakaian resmi Indonesia oleh Gubernur Jakarta Ali Sadikin. Hal ini didukung pula oleh Presiden

Soeharto. Batik yang digunakan untuk kemeja pada saat itu disebut dengan batik Ali Sadikin. Sejak itu, khususnya di kalangan pegawai pemerintah DKI Jakarta, ditetapkan mengenakan kemeja batik lengan panjang pada acara resmi dan lengan pendek untuk pakaian sehari-hari. Tak lama kemudian, batik lengan panjang diakui sebagai pakaian nasional, bersama dengan kebaya yang dikenakan dengan kain panjang.

Di masa orde baru ini, batik semakin sering muncul dan dapat dikatakan menjadi alat hegemoni. Presiden Soeharto sering memakai batik, mulai dari acara-acara keluarga yang disiarkan di televisi nasional (terlihat seluruh keluarganya memakai seragam berbahan batik) hingga ke acara-acara kenegaraan tingkat internasional. Pakaian serupa kemudian menurun menjadi mode dalam sebagian besar acara formal termasuk pernikahan mewah (Dhakidae, 2003: 345). Batik juga ditetapkan menjadi salah satu seragam sekolah dan seragam di institusi seperti bagi pegawai KORPRI dan di universitas (Wahyudi, ed., 2007: 159). Hal ini dapat dimaknai memiliki maksud tertentu. Kewajiban seragam itu dengan sendirinya berhubungan dengan industri tekstil dan konsentrasi modal. Selain untuk kepentingan yang bersifat kapitalis, pakaian seragam juga menjadi salah satu simbol yang dikonstruksikan untuk menjaga disiplin dan normalisasi yang gencar dilakukan di masa itu, seperti halnya penataran P4 hingga ke pelosok-pelosok daerah di mana pesertanya biasanya juga memakai batik (Dhakidae, 2003: 351-353). Masa orde baru ini identik dengan pembangunan dan kemajuan, dan untuk itu diperlukan stabilitas. Hal-hal seperti penataran dan penyeragaman menjadi semacam alat kontrol pemerintah.

1.1.5 Batik Masa Kini: batik kontemporer dan tren fashion

Sekitar tahun 1980-an, batik dengan bahan sutra serta pilihan warna yang beragam berkembang pesat. Batik jenis ini banyak digemari sebagai bahan untuk gaun malam untuk pesta. Salah satu desainer batik yang terkemuka adalah Iwan Tirta, yang melakukan banyak inovasi dalam desain ragam hias dan penggunaan batik sebagai pakaian. Batik prada, yang mulanya terbatas bagi kalangan ningrat dan

kerajaan, menjadi favorit untuk pakaian pesta/formal kalangan atas (karena harganya yang mahal). Di masa ini pula mulai muncul peragaan busana yang mengedepankan batik, kebanyakan sebagai gaun dan pakaian resmi, bagi laki-laki dan perempuan. Batik sebagai komoditas ekspor juga semakin berkembang ke seluruh dunia. Sepanjang perjalanan waktu, termasuk saat krisis ekonomi tahun 1997, industri batik tetap hidup dan batik tetap berperan sebagai penanda identitas nasional Indonesia.

Batik memang tidak pernah hilang dari peredaran, namun kehadirannya akhir-akhir ini memang sangat terasa, dan kita bisa mengambil tahun 2008 sebagai kerangka waktu yang terukur. Bila sebelumnya asosiasi yang melekat dengan batik adalah kain tradisional, dan pakaian formal, akhir-akhir ini batik nampaknya juga mendapat status sebagai pakaian yang *fashionable*. Dan hal yang juga tetap muncul adalah pengakuan batik sebagai identitas kultural bangsa Indonesia. Perancang-perancang busana kembali marak mengembangkan dan memakai kain batik sebagai bahan baju-baju rancangannya, dengan desain yang dianggap lebih kreatif dan mengikuti tren mutakhir. Batik kerap muncul di panggung peragaan busana, seperti *Fashion Tendance 2007* (28-29 November 2006), acara tahunan Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia yang bertujuan meramalkan tren. Ketua APPMI Taruna Kusmayadi mengatakan bahwa dipilihnya batik adalah untuk kembali mengingatkan bahwa batik merupakan kekayaan Indonesia dan dapat menjadi nilai tambah di dalam desain.¹¹ Perancang seperti Edward Hutabarat misalnya, di penghujung tahun 2006 menampilkan koleksi busana wanita berbahan dasar batik, terinspirasi dari hasil eksplorasinya ke berbagai wilayah Indonesia.¹² Selain itu, semakin banyak pula perancang yang menggunakan batik dalam rancangannya, membawa batik semakin sering muncul di media dan dengan demikian semakin populer.

Pemerintah juga secara gencar mempromosikan batik, salah satunya dengan cara menggelar berbagai pameran kerajinan batik, seperti Gelar Batik Nusantara yang diadakan di Balai Sidang Senayan pada 19 – 23 September 2007. Pameran ini

¹¹ Lihat artikel Kompas Cyber Media, “Pelangi di dalam Fashion Tendance 2007”, melalui <http://64.203.71.11/wanita/news/0612/19/171535.htm>

¹² Edward Hutabarat menampilkan koleksi Part One, yang semuanya berbahan batik, sekaligus membuka butiknya dan merilis *fashion book* bertema batik pada Desember 2006.

mengusung tema “*Batik is Cool*” – jelas ingin mendorong batik ke ranah yang lebih muda dan populer, menjangkau lebih banyak kalangan. Menurut ketua pelaksana pameran, pemilihan tema tersebut bertujuan meningkatkan kepedulian kaum muda Indonesia terhadap batik sebagai aset budaya bangsa yang mempunyai nilai unggul.¹³ Sementara hadirnya ibu negara sebagai pembuka resmi pameran menandakan bahwa peristiwa ini berskala penting dan didukung oleh pemerintah. Departemen Perindustrian dan Perdagangan juga sering diberitakan dalam usahanya memajukan perajin batik. Dan salah satu hal yang juga berperan besar adalah diberlakukannya kewajiban memakai batik di kantor-kantor pemerintah dan swasta tertentu.¹⁴

Semua usaha mempromosikan batik dalam beberapa tahun ini nampaknya semakin mendongkrak popularitas batik. Di tahun 2008, batik masih tetap sangat populer dan menjadi pusat perhatian. Pameran-pameran tetap banyak dilakukan, misalnya Festival Batik Nusantara di pusat perbelanjaan Senayan City pada Desember 2008, yang merupakan hasil kerjasama antara Dinas Pariwisata DKI Jakarta dengan Ikatan Perancang Mode Indonesia (*Kompas*, 14 Desember 2008). Pameran yang dilaksanakan di sebuah pusat perbelanjaan yang merupakan ruang publik dapat dilihat sebagai semakin beranjaknya batik dari ranah eksklusif ke arah populer. Berbagai pihak, mulai dari kalangan industri, *fashion*, serta pemerintah, saling bekerjasama dan memiliki peranan dalam mempopulerkan batik. Hal-hal tersebut menjadi beberapa penanda bangkitnya popularitas batik. ‘Batik’ menjadi suatu komoditas budaya massa.

Dengan demikian, nampaknya kita bisa menyebut bahwa memang saat ini batik sedang menjadi tren di masyarakat, utamanya sebagai tren *fashion*. Tren adalah suatu bagian dari kehidupan sosial masyarakat kontemporer. Sebuah tren yang berlaku di masyarakat tertentu dapat dibaca sebagai sesuatu yang menandakan keadaan masyarakat tersebut pada suatu masa tertentu. Tren datang dan berganti, tidak permanen, dan selalu berubah. Hal ini nampak jelas terutama dalam bidang *fashion*. *Fashion* dan perubahannya dapat dilihat sebagai arsip masa lalu dan alat

¹³ Website resmi Sekretariat Negara RI, “Gelar Batik Nusantara 2007”, 20 September 2007. Diakses melalui http://www.setneg.go.id/index.php?option=com_content&task=view&id=886&Itemid=25

¹⁴ Kebijakan ini misalnya mulai berlaku di sebagian kalangan PNS sejak tahun 2005.

yang mendokumentasikan dan menjelaskan perubahan sosial, ekonomi, dan kultural. Melalui *fashion* dapat diamati perubahan dalam nilai-nilai dan perilaku manusia (Shaw, 2006: 1). Makna yang melekat pada *fashion* juga bergantung dari konteks sosialnya. *Fashion* memegang peranan penting dalam artikulasi identitas etnik dan kultural dalam keseharian; dalam hal ini identitas kultural bersifat non-esensial, merupakan sesuatu yang cair, yang dapat berubah dalam konteks waktu dan tempat yang berbeda. *Fashion* adalah salah satu sarana terpenting individu masa kini mengonstruksikan identitas dan memposisikan dirinya dibandingkan dengan orang lain. Salah satu fungsi kultural *fashion* dalam kehidupan sehari-hari adalah mengkomunikasikan pesan tentang pemakainya - seperti menyatakan simbol status tertentu, dan sebaliknya bisa pula untuk menghindari status tertentu, serta memodifikasi dan menonjolkan identitas tertentu (Bennett, 2006: 115-116).

Dari sekilas pemaparan di atas terlihat bahwa isu batik kontemporer tidak asing bagi kehidupan masyarakat kita. Sepanjang perkembangannya, citra batik dan maknanya tidaklah statis. Terdapat pemaknaan yang berbeda-beda seputar isu batik kontemporer yang sedang marak. Dari sini dapat dilihat wacana tentang batik secara keseluruhan, untuk menjelaskan fenomena tren yang sedang terjadi. Dalam wacana tentang batik yang ada di masyarakat saat ini, terjadi artikulasi antara berbagai aspek – sosial, adat, ekonomi, politik, hingga masalah gaya hidup. Ada berbagai pelaku di dalamnya, yang masing-masing memiliki kepentingan sendiri, mulai dari pemerintah, pengusaha dan perajin, hingga pengguna. Semua ini berproses dan berinteraksi dalam suatu wacana yang menentukan pemaknaan dan pengetahuan. Makna suatu artefak kebudayaan tidaklah muncul secara otomatis dan terkandung dari dalam benda itu sendiri, melainkan hasil konstruksi dari wacana dan praktik sosial yang kompleks. Kita memaknai sesuatu, antara lain melalui representasi. Alat utama representasi adalah bahasa – bahasa (*language*) dalam arti luas, tidak hanya lisan dan tertulis, tetapi semua sistem representasi yang dapat membawa makna (*signify*), termasuk tulisan, ujaran, gambar, foto, dan lain sebagainya. (DuGay et al., 2003: 13-14). Salah satu wadah yang menampilkan berbagai representasi adalah media massa. Dalam hal

ini, apa yang sedang menjadi tren dapat diamati melalui berbagai pemberitaan di media massa.

Kebudayaan masa kini adalah kebudayaan yang sudah terbanjiri media. Budaya media telah menjadi bagian penting dari sosialisasi, turut menentukan selera, nilai, dan cara pikir konsumen. Media massa populer seperti surat kabar, majalah, dan televisi telah menjadi aspek sentral dalam kehidupan sehari-hari, menjadi sumber utama informasi serta turut membentuk dan mengarahkan persepsi individu terhadap berbagai hal. Konsumsi media turut membangun konsepsi seseorang dalam hal identitas, pengetahuan, selera, dan gaya hidup. Pandangan dominan mengenai identitas kultural ataupun identitas nasional dalam masyarakat kontemporer, misalnya, sangat dipengaruhi oleh bagaimana hal tersebut direpresentasikan dalam media massa. Namun demikian, bukan berarti konsumen atau *audience* adalah pasif dan menerima apa yang diberikan media begitu saja. Konsumen bisa memahami pesan-pesan yang mereka dapat dari media melalui proses kontekstualisasi dan kerangka pengetahuan yang mereka miliki. Dengan demikian, media merupakan sebuah sumberdaya yang membentuk sekaligus juga dibentuk oleh pengetahuan dan respon konsumennya. Hal inilah yang memantapkan pandangan bahwa media massa memiliki signifikansi kultural dalam kehidupan masyarakat dewasa ini. (Bennet, 2006: 76-77)

Apa yang tampil di media telah melalui proses mediasi, yaitu proses di mana suatu teks media merepresentasikan sebuah ide, isu, peristiwa kepada *audience*-nya (Rayner, Wall, Kruger, 2001: 65). Representasi di media membangun suatu konstruksi, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ideologi dan wacana dominan yang berlaku. Maka dari itu media amat berperan besar dalam membentuk opini publik. Namun makna suatu teks media tidaklah satu arah, dalam artian selalu sama dengan yang dimaksudkan produsennya. Konsumen dapat memberikan makna-makna masing-masing terhadap teks, sehingga dalam momen konsumsi-pun terjadi proses produksi makna. Oleh karena itu, di balik semua teks media kita dapat melakukan pembacaan untuk menemukan makna-makna tersembunyi yang lebih luas

dari kesan deskriptifnya. Dengan bersikap kritis terhadap suatu teks, kita dapat memahami suatu isu lebih mendalam.

Dalam konteks tren batik yang mengambil kerangka waktu tahun 2008 (pembatasan kerangka waktu ini karena masih kini, dan karena dipercaya bahwa batik sedang dalam puncak popularitas), untuk menjelaskan fenomena tren dan apa yang terjadi di dalamnya, kita dapat meneliti wacana tentang batik. Wacana dapat dilihat dalam media massa, karena media massa sebagai alat representasi juga merupakan produsen wacana. Melalui berbagai teks media massa kita bisa mengungkap pemaknaan apa saja yang muncul berkaitan dengan isu batik, dilihat dari representasi yang muncul. Dari sana, selanjutnya dapat dicari wacana tentang batik yang ada saat ini.

1.2 Permasalahan

1. Bagaimana konstruksi makna seputar isu batik saat ini yang muncul melalui representasi dalam teks-teks media?
2. Bagaimanakah wacana tentang batik yang ada di masyarakat, dilihat dari pemaknaan tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Membaca pemaknaan seputar isu batik saat ini, yang muncul melalui representasi dalam teks-teks media.
2. Menemukan wacana tentang batik yang ada di masyarakat, dilihat dari temuan di poin satu.

1.4 Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dalam kerangka *cultural studies*. Ada berbagai macam pendekatan dalam penelitian kualitatif, namun pada dasarnya semua berfokus pada keseharian (*the everyday life*), interaksi, dan bahasa (Holloway, 1997: 5). Metode penelitian kualitatif berfokus pada makna-makna yang dihasilkan melalui observasi, wawancara, diskusi, dan analisis tekstual. Dalam *cultural studies*, metode/pendekatan yang banyak digunakan (Barker, 2000: 27) adalah:

- Etnografi, yang mengeksplorasi nilai dan makna dari praktik budaya tertentu dalam suatu konteks. Bentuknya bisa berupa observasi, wawancara, dan *focus groups discussion* (FGD).
- Pendekatan tekstual, yang sebagian besar berakar dari teori-teori semiotik, narasi, dan dekonstruksi.
- *Reception studies*, yang menganalisa *audience* sebagai produsen makna dalam kaitannya dengan teks, tidak hanya pasif.

Sumber data adalah 10 artikel media massa (surat kabar) yang membahas isu batik yang terbit di tahun 2008. Surat kabar dipilih karena jangkauannya luas dan sifatnya yang digolongkan ‘berita’ sehingga isinya dianggap pengetahuan umum, sehingga artikel surat kabar cocok untuk melihat wacana yang berlaku umum. Surat kabar yang dipilih adalah *Kompas*, *Media Indonesia*, *Koran Tempo*, *The Jakarta Post*, dan *The Jakarta Globe*. Surat kabar-surat kabar tersebut dipilih karena tirasnya termasuk dalam 10 besar (data Nielsen Media Research, 2008) dan untuk mewakili segmen yang luas (surat kabar berbahasa Indonesia dan berbahasa Inggris). Pembatasan tahun 2008 karena di tahun ini batik sedang banyak diangkat di media, bahkan disebut bahwa di tahun inilah popularitas batik sedang memuncak. Pemilihan artikel karena kemudahan akses dan disengaja dilihat dari topik bahasan yang beragam (bukan hanya membahas dari segi *fashion*, walaupun isu tren pasti menjadi salah satu faktor), karena yang ingin dilihat adalah wacana tentang batik secara keseluruhan. Pembatasan jumlah artikel karena alasan *feasibility*, dan lagipula kasus-kasus yang dibahas bukan untuk generalisasi.

Setelah menelaah data yang terkumpul, penelitian ini menggunakan pendekatan tekstual, dengan payung teori tentang wacana dari Michel Foucault dan dibantu konsep-konsep *cultural studies* seperti yang diungkapkan Stuart Hall, Paul DuGay, dan kawan-kawan. Untuk menemukan berbagai pemaknaan yang kemudian bisa menyimpulkan wacana mengenai batik yang berlaku, langkah-langkah yang akan dilakukan adalah sebagai berikut.

- Artikel-artikel media massa dijadikan teks penelitian, sebagai praktik representasi. Ini kemudian dianalisis secara tekstual menggunakan teori wacana Foucauldian. Melalui pembacaan tekstual yang menyeluruh, dapat ditemukan makna-makna ‘tersembunyi’ atau makna yang lebih luas dari makna deskriptif yang pertama muncul.
- Hasil temuan berupa pemaknaan-pemaknaan yang membentuk wacana yang dapat disarikan dari teks kemudian dibandingkan dan dihubungkan satu sama lain, untuk mengeksplorasi interaksi dan kontestasi di antaranya. Pada akhirnya, dapat dilihat dan dijelaskan wacana seperti apa yang berlaku.

1.5 Sistematika Penyajian

Tesis akan dibagi menjadi empat bagian. Bab 1 berisi latar belakang, penjelasan mengenai batik dan media, permasalahan, tujuan penelitian, metodologi, dan sistematika penyajian. Bab 2 menguraikan landasan teori dan konsep yang digunakan untuk menganalisis. Bab 3 berisi analisis tekstual teks-teks media terpilih dan analisis keseluruhan yang menghubungkan semuanya. Seluruh hasil temuan dan analisis kemudian akan disimpulkan di bab 4.