



BATIK SEBAGAI IDENTITAS, KOMODITAS, DAN GAYA HIDUP

BATIK AS AN IDENTITY, COMMODITY AND LIFESTYLE

Dwi Kartikawati
Universitas Nasional
dookartika@yahoo.com

ABSTRAK

Semenjak ditetapkan sebagai salah satu warisan kebudayaan dunia oleh UNESCO pada 2009, saat ini batik telah bertransformasi menjadi salah satu media yang mampu mengkomunikasikan segala pesan yang terkandung di dalamnya serta tren dalam fesyen yang digemari banyak orang di seluruh dunia. Pada mulanya, batik adalah sebuah fenomena kultural yang mengonstruksi identitas si pemakainya. Batik merupakan suatu pertanda identitas seseorang yang meliputi identitas budaya, kelas sosial dan identitas diri. Lewat metode kualitatif deskriptif dan teori teori budaya populer, teori identitas dan teori Bourdieu serta teori gaya hidup David Chaney, maka, tampak dengan jelas telah terjadi perubahan yang demikian cepat. Batik yang mulanya menjadi budaya populer, berubah menjadi identitas massa, komoditas dan gaya hidup. Dengan kajian ini pula kita akan dapat melihat bagaimana batik tetap harus ditempatkan menjadi sebuah hasil kekayaan budaya yang harus dihormati dan dilestarikan.

Kata kunci: Batik, Budaya Populer, Identitas, Komoditas dan Gaya Hidup



ABSTRACT

Since Batik was inscribed on UNESCO Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity in 2009, Batik has now transformed into one of media to communicate various messages embodied in it as well as a fashion trend with many fans worldwide. At first, Batik was a cultural phenomenon which constructed the identities of the wearer such as cultural, social class and self-identity. By using theory of popular culture, theory of identity and theory of Bourdieu as well as Chaney's theory of lifestyle, it will be clearly shown that the function of Batik has been rapidly changed. Batik; which once a popular culture; has now become mass identity, commodity and lifestyle. From this study, it is persuaded that Batik should remain a precious cultural heritage that should always be honoured and preserved.


Keywords: Batik, Popular Culture, Identity, Commodity and Lifestyle.



PENDAHULUAN

Batik adalah busana kuno dan tradisional yang sebagian besar hanya dipakai oleh masyarakat Jawa, sementara, sebagian lain masyarakat Indonesia mengenakannya hanya untuk keperluan ke pesta saja. Batik sebagai salah satu karya seni budaya bangsa Indonesia telah mengalami perkembangan seiring dengan perjalanan waktu. Perkembangan yang terjadi membuktikan bahwa batik sangat dinamis dapat menyesuaikan diri dengan baik dalam dimensi ruang, waktu, dan bentuk (Parmono, 2013:137).

Menurut Keather Griffin dan Margareth Hone (1990:4) batik sebagai ... *a methode of applying a colouring design on to textiles by waxing those part that are not to be dyed*. Definisi yang dimaksud adalah batik menerapkan metode desain pewarnaan pada tekstil dengan *waxing* pada bagian yang tidak dicelup sehingga seluruh proses ini menghasilkan motif batik tertentu.

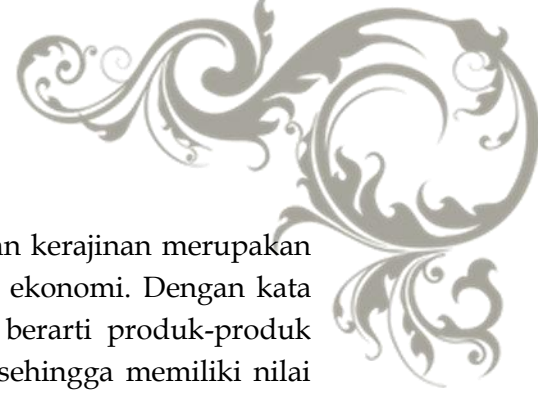


Saat ini batik telah umum dikenakan. Corak atau motif juga tidak seketat pakem pada mulanya. Kini, batik lebih dimaknai sebagai pakaian tradisional yang khas dan menunjukkan keterikatan suatu kelompok atau komunitas tertentu; seperti seragam, atau tanda suatu kelas sosial tertentu. Selanjutnya, berkembang batik jenis cap, printing, dan lain-lain. Sebenarnya, batik printing hanya sekadar kain bermotif batik, namun pada sisi lain, kemunculannya justru membuat batik tulis atau cap menjadi eksklusif.

Seiring dengan perkembangan teknologi, selanjutnya, terjadi pergeseran makna pakaian batik sebagai fesyen. Batik, kain bergambar yang pembuatannya dilakukan secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain dan dilanjutkan dengan pengolahan serta proses tertentu yang memiliki kekhasan, akhirnya, Batik Indonesia sebagai suatu kesatuan utuh dari teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait, sejak 2 Oktober 2009 oleh UNESCO, ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) --- kemudian diperingati sebagai hari Batik Nasional dan Hari Batik Sedunia.

Tidak dapat dipungkiri, saat ini, batik telah bertransformasi menjadi salah satu media yang mampu mengkomunikasikan segala pesan yang terkandung dalam motif batik itu sendiri serta tren dalam fesyen yang digemari banyak orang di dunia.

Di Indonesia, fesyen batik sangat beraneka ragam dan memiliki keunikan masing-masing. Di era kontemporer, fesyen batik yang merupakan hasil gabungan dari ciri tradisional dan modern semakin menjamur dan dinikmati menjadi budaya populer, bahkan sudah mengarah ke gaya hidup. Ketika batik memasuki wilayah industri, maka, batik telah menjadi komoditi terutama dalam era industri kreatif.



Sebagaimana kita ketahui, di Indonesia fesyen dan kerajinan merupakan subsektor yang dominan dalam memberikan kontribusi ekonomi. Dengan kata lain, adanya industri kreatif dan salah satunya batik, berarti produk-produk budaya bisa dikembangkan dengan kreasi dan inovasi sehingga memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Adapun metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif (Sugiyono, 2009: 7), serta menggunakan teori budaya populer dan teori Bourdieu serta gaya hidup David Chaney (1996: 40).

HASIL DAN PEMBAHASAN

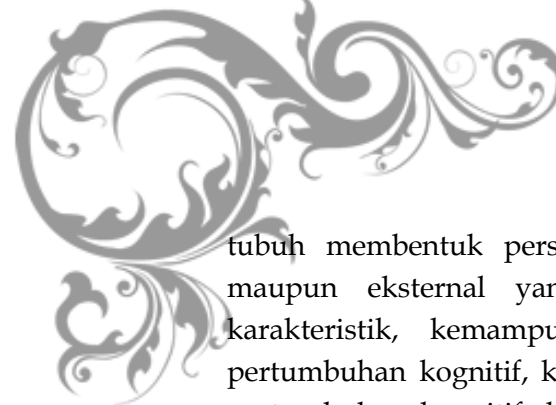
Secara etimologi, kata batik berasal dari bahasa Jawa, “amba” yang berarti lebar, luas, kain; dan ‘titik’ yang berarti titik atau matik (kata kerja membuat titik) selanjutnya berkembang menjadi istilah “batik” yang berarti menghubungkan titik-titik menjadi gambar tertentu pada kain yang luas atau lebar (Wulandari, 2011: 4). Dalam bahasa Jawa, batik ditulis dengan bathik yang mengacu pada huruf Jawa “tha’ yang menunjukkan bahwa batik adalah serangkaian titik-titik yang membentuk gambaran tertentu.

Sebagaimana kita ketahui, batik memiliki dua komponen utama, yaitu warna dan garis yang membentuk batik menjadi tampilan kain yang indah dan menawan. Tanpa perpaduan warna dan garis yang serasi dan selaras, maka, tidak mungkin ada hiasan-hiasan maupun corak dan motif yang sesuai (Wulandari, 2011: 76). Sementara, pola batik adalah gambar di atas kertas yang nantinya akan dipindahkan ke kain batik untuk digunakan sebagai motif atau corak pembuatan batik. Artinya, pola batik adalah gambar-gambar yang menjadi *blue print* pembuatan batik (Wulandari, 2011 : 102). Secara tegas dapat dikatakan, batik merupakan suatu hasil budaya yang merupakan jenis kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan menjadi bagian dari budaya Indonesia dengan kandungan nilai-nilai estetis. Apa lagi, kerajinan batik telah ada dan dikenal sejak zaman Majapahit.




Batik adalah Media Komunikasi

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa: (1) Batik adalah komunikasi artifaktual yang merupakan salah satu jenis pesan dari komunikasi nonverbal. Komunikasi artifaktual didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan berbagai artefak, misalnya; pakaian, dandanan, perhiasan, kancing baju, sepatu, dan lain-lain (Rakhmat, 1985: 289). Pakaian yang kita kenakan bisa menyampaikan berbagai fungsi, sedang sebagai bentuk komunikasi, pakaian dapat menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat non verbal. (2). Batik menumbuhkan konsep diri. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://www.kbbionline.com/arti/kbbi/konsep>), istilah konsep memiliki arti gambaran, proses atau hal-hal yang digunakan oleh akal budi untuk memahami sesuatu. Istilah diri berarti bagian-bagian dari individu yang terpisah dari yang lain. Salah satu komponen konsep diri adalah citra diri. Citra



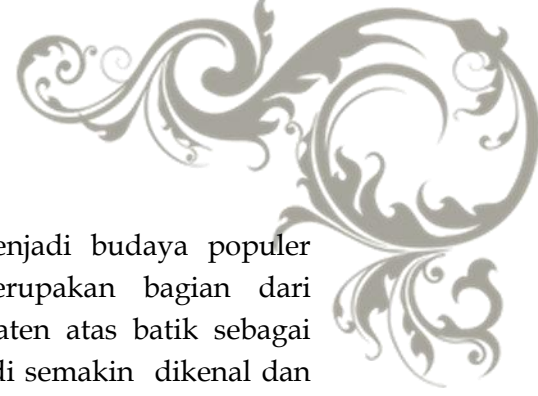
tubuh membentuk persepsi seseorang tentang tubuh, baik secara internal maupun eksternal yang dipengaruhi oleh pandangan pribadi tentang karakteristik, kemampuan fisik, persepsi dari pandangan orang lain, pertumbuhan kognitif, kemampuan fisik, persepsi dari pandangan orang lain, pertumbuhan kognitif dan perkembangan fisik, serta sikap dan nilai kultural juga memengaruhi citra tubuh. Adapun, faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri adalah penampilan diri. Aspek fisik, meliputi penilaian individu terhadap segala sesuatu yang dimilikinya. Oleh sebab itu, penampilan dengan melalui pakaian menjadi sangat penting dalam konsep diri. (3). Konsumsi simbol. Ada beberapa konseptualisasi dalam istilah konsumsi. Konsumsi, menurut Yasraf (2004: 180), dapat dimaknai sebagai sebuah proses objektifikasi, yaitu proses eksternalisasi atau internalisasi diri lewat objek-objek sebagai mediana. Maksudnya, bagaimana kita memahami dan mengkonseptualisasikan diri maupun realitas di sekitar kita melalui objek-objek material. Di sini terjadi proses menciptakan nilai-nilai melalui objek-objek dan kemudian memberikan pengakuan serta penginternalisasian nilai-nilai tersebut.



Dalam sistem masyarakat konsumen, rasionalitas konsumsi telah jauh berubah. Pada saat ini, masyarakat berkonsumsi bukan sebagai upaya untuk pemenuhan kebutuhan (*needs*), namun lebih sebagai pemenuhan hasrat (*desire*). Kebutuhan mungkin dapat dipenuhi dengan konsumsi objek, sebaliknya, hasrat justru tidak akan pernah terpenuhi. Salah satu perwujudan itu adalah melalui pakaian/busana yang dalam hal ini adalah batik yang sesuai dengan selera. Untuk mendapatkan pakaian yang diinginkannya, maka, seseorang dapat mencarinya di berbagai tempat. Bagi masyarakat yang mengonsumsi simbol, yang terpenting adalah dapat memperoleh sesuai dengan yang diinginkannya, dan yang paling penting, masyarakat tersebut dapat menemukan pakaian yang menggambarkan diri atau yang merupakan simbol dari dirinya.

Batik adalah Budaya Populer

Pada era sekarang, di bidang industri, batik sudah memiliki banyak perubahan. Di antaranya perkembangan teknologi pembuatan batik, salah satunya kemunculan batik cap yang kemudian menurunkan harga batik itu sendiri. Jadi, menurut penulis, batik yang dari asalnya sebetulnya merupakan pakaian kemudian berubah menjadi suatu budaya populer dalam arti: (1). Tren dan juga menjadi mode atau fesyen (*fashion*) dalam gaya berpakaian yang populer. Dalam hal ini juga diminati dan disukai orang banyak. (2). Gaya dalam pakaian batik ini dapat berubah dengan cepat. Mode pakaian batik yang digunakan seseorang mampu mencerminkan siapa penggunanya dan menjadi mode yang sedang berkembang di tiap zamannya. (3). Batik disukai oleh berbagai kalangan baik muda usia atau tua. (4). Dibuat sesuai dengan keinginan masing-masing. Berkembangnya batik mejadi budaya populer membawa kita pada realitas dengan dampak positif dan negatifnya.



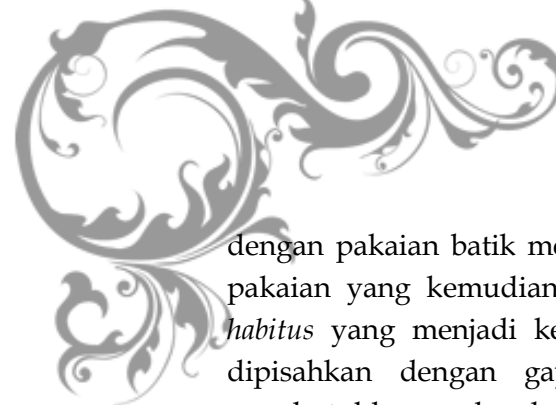
Dampak positif dari berkembangnya batik menjadi budaya populer adalah: (1). Memunculkan rasa memiliki dan merupakan bagian dari kebudayaan Indonesia, apalagi dengan adanya hak paten atas batik sebagai karya budaya Indonesia. Dengan demikian batik menjadi semakin dikenal dan dapat ditemui dengan mudah (2). Batik menjadi disukai berbagai kalangan.

Sementara, dampak negatifnya adalah: (1). Eksklusifitas batik sebagai 'high culture' yang awalnya hanya dipakai di lingkungan kerajaan, sekarang menjadi menurun eksklusivitasnya. (2) Seiring dengan perkembangan teknologi, maka, jenis batik cap dan *printing* dalam proses pembuatan batik menjadi lebih banyak sehingga masyarakat lebih memilih jenis yang ini dengan pertimbangan harga yang lebih murah dan coraknya yang seragam. (3) Kelangsungan pembuatan batik secara tradisional menurun, sehingga berdampak dapat menurunkan pendapatan pada produsen batik tradisional.

Batik Sebagai Gaya Hidup

Apabila merujuk pada pemikiran dari Bourdieu (1984) yang berkaitan dengan gaya hidup, maka, gaya hidup adalah merupakan suatu pola yang ditampilkan secara berulang-ulang dengan ciri yang tidak bersifat personal akan tetapi punya pengikat, serta melalui suatu siklus daur hidup (*life-cycle*), sehingga dalam gaya hidup terdapat proses sosial yang melibatkan adanya modal, kondisi objektif, habitus, disposisi, praktik, gaya hidup, sistem tanda dan juga struktur selera. Dalam pandangan Bourdieu (1984: 101): (Habitus x Modal) + Arena = Praktik. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut: (a). Habitus. *Habitus* juga dipahami sebagai perlengkapan yang ada pada tiap individu yang memungkinkan mereka menampilkan beragam aktivitas harmonis dalam sebuah masyarakat *habitus* lahir dari pembiasaan yang dialami individu dalam interaksi dengan dunia dan manusia lain. Pembiasaan serta pertemuan manusia dengan dunia dan manusia lain menyebabkan adanya proses internalisasi melalui proses imitasi, asosiasi, abstraksi, dan identifikasi. Proses internalisasi tersebut akan memperkaya perlengkapan dalam diri manusia sehingga menghasilkan pengaruh tertentu dengan cara-cara tertentu yang akan membentuk *habitus* tersebut. Dengan demikian, batik dalam kaitan dengan habitus berkaitan dengan gaya hidup yang menyangkut penampilan diri. Dengan merujuk pada penampilan gaya hidup tersebut, maka, memunculkan citra adalah elemen utama pembentuk gaya hidup. Citra mempunyai makna jamak. Dalam kaitannya dengan gaya hidup, maka *lifestyle as a way of giving meaning to the world of human life requires medium and space to express the meaning such as languages and objects of an image which has a very central role* (Widiastini, 2013: 241). Jadi gaya hidup adalah suatu cara untuk memberi makna kepada dunia kehidupan manusia yang memerlukan suatu medium dan ruang untuk mengekspresikan makna seperti bahasa dan suatu citra tertentu menjadi sangat berperan. Sehingga citra dengan konteks gaya hidup adalah merupakan perumus gaya hidup yaitu:



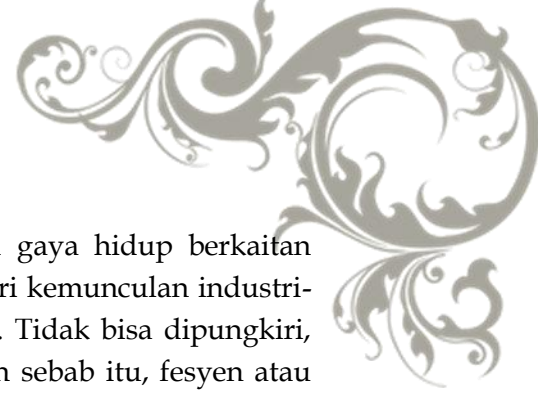


dengan pakaian batik menampilkan berbagai macam citra grafis dalam bentuk pakaian yang kemudian dapat memunculkan persepsi citra tertentu. Selain *habitus* yang menjadi kerangka dari gaya hidup, hal lain yang tidak dapat dipisahkan dengan gaya hidup adalah citra (*image*). Apabila manusia membutuhkan perlengkapan, yaitu berupa *habitus* untuk mengekspresikannya, maka, citra mempunyai peran sentral di dalamnya.

Selaras dengan yang tersebut di atas, Bourdieu (1984: 170) juga mendefinisikan modal sosial sebagai kumpulan dari sumber daya potensial atau aktual yang dikaitkan dengan kepemilikan suatu jaringan kerja pada waktu tertentu dari hubungan pokok terlembaga yang saling kenal dan saling mengakui. Dalam hal ini, modal dibagi menjadi 4 yaitu: (1). Modal ekonomi atau modal kapital. Adalah memungkinkan seseorang untuk memperoleh kesempatan dalam hidupnya berkaitan dengan sumber daya batik yang mengandung unsur sebagai modal ekonomi yang dapat menjadi komoditi. (2). Modal sosial. Adalah modal sosial yang didapatkan dari akibat hubungan sosial yang bisa melahirkan terciptanya jaringan-jaringan sosial. Modal sosial ini akan dapat terus berkembang apabila digunakan secara berkesinambungan. (3). Modal budaya. Merupakan modal yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan individu baik yang diperoleh dari orang tuanya ataupun yang diperoleh dengan cara belajar. Kekayaan budaya dalam seni batik menjadi modal budaya tersendiri. (4). Modal simbolis. Adalah yang berkaitan dengan martabat, harga diri, prestise dari seseorang baik berupa simbol-simbol ataupun atribut-atribut yang tidak dapat dilepaskan dari apa yang dipakai oleh individu untuk menunjukkan kekuasaan simbolisnya. Sehingga tidak ada yang dapat menepis bahwa batik telah berubah menjadi modal simbolis untuk harga diri, prestis dan lain-lain.

Selanjutnya, konsep lain yang penting dari Bourdieu (Rusdiarti, 2003: 24) adalah Arena. Arena atau ranah dapat juga disebut sebagai suatu tempat pertarungan, sehingga, hanya mereka yang memiliki dominasi tertinggi yang dapat menentukan dan mengubah tatanan arena tersebut. Oleh sebab itu, modal yang dimiliki oleh seseorang baik modal ekonomi, modal sosial, modal budaya dan modal simbolis, semua akan dipertaruhkan pada ranah ini. Di dalam arena, budaya populer, sangat memungkinkan batik berada dalam ranah antara budaya populer dan ajang gaya hidup. Sementara, praktik adalah proses “dialektika internalisasi eksternalitas dan eksternalisasi internalitas”, di dalam proses interaksi dialektis; itulah struktur objektif dan pengertian-pengertian subjek, struktur dan agen bertemu. Praktik sosial dipahami Bordieu (1984: 101) sebagai hasil dinamika dialektis antara internalisasi eksterior dan eksternalisasi interior. Eksterior adalah struktur objektif yang ada di luar pelaku sosial, sedang interior merupakan segala sesuatu yang melekat pada diri pelaku sosial. Secara tegas dapat dikatakan, praktik adalah tindak sosial yang di dalamnya berlangsung proses reproduksi (atau modifikasi *habitus*) dan disposisi dalam berbagai bentuk.





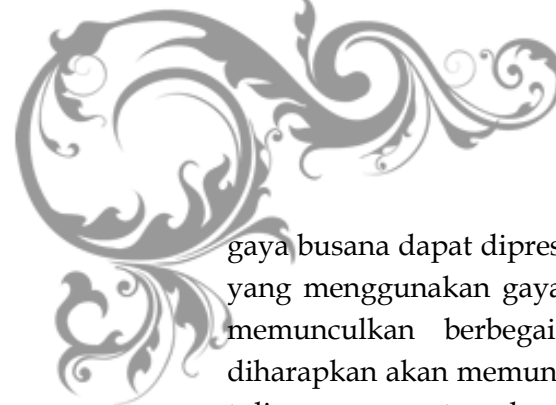
Dengan demikian, maka, analisis batik menjadi gaya hidup berkaitan dengan budaya konsumerisme yang terbentuk akibat dari kemunculan industri-industri salahsatunya adalah industri mode atau fesyen. Tidak bisa dipungkiri, pakaian bisa menunjukkan nilai sosial atau status. Oleh sebab itu, fesyen atau pakaian sering digunakan untuk menunjukkan nilai sosial atau status, bahkan orang kerap membuat penilaian terhadap nilai sosial atau status orang lain berdasarkan apa yang dipakai orang tersebut.

Uraian di atas menunjukkan bahwa untuk memenuhi unsur gaya hidup, maka, manusia membutuhkan perlengkapan atau *habitus*. Sudah barang tentu, pakaian merupakan salah satu *habitus* atau perlengkapan bagi manusia untuk menampilkan diri. Lingkup pakaian dapat berupa: rancangan atau desain, bentuk, warna, bahan, maupun motif. Motif inilah yang tentunya juga menjadi bagian penting dalam menerapkan pola-pola pakaian/busana. Batik yang pada masanya hanya diproduksi untuk busana raja-raja Mataram dan penggunaannya pun tidak sembarangan, mengingat, batik mempunyai motif sangat beragam dan masing-masing memiliki makna filosofis yang berbeda. Sebagai gaya hidup sebagian masyarakat Indonesia, *habitus* berupa batik adalah merupakan pesan yang terstruktur dalam arti menyertakan kondisi sosial objektif masyarakat Jawa yang sudah mengenal batik sejak lama.



Dalam penerapannya, batik mengandung unsur masa lalu yang pengaruhnya siap ditampilkan di masa kini dan berfungsi sebagai penghasil prinsip-prinsip yang melahirkan serta mengelola praktik-praktik dalam lingkungan sosial yang memiliki kesamaan struktur. Pada saat ini, batik tidak lagi dibuat untuk digunakan pada acara-acara resmi. Desain pakaian berbahan dasar batik sudah dibuat dengan bermacam model. Dalam ranah gaya hidup, penampilan adalah hal yang utama. Dengan kata lain, dalam mengusung gaya hidup orang tidak lagi memberi batas pada kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*). Pakaian tidak lagi hanya berfungsi sebagai pelindung dan menutupi bagian-bagian tubuh tertentu untuk memenuhi fungsi kesopanan, akan tetapi, pakaian menjadi perlengkapan atau *habitus* untuk menunjukkan identitas manusia atau dalam lingkup yang lebih luas, pakaian bisa menjadi identitas nasional dan kultural. Selain itu, mengenakan baju batik bisa merupakan sebuah bentuk tanda resistensi atas “budaya unggul” (*high culture*).

Budaya unggul dalam pakaian contohnya adalah jas dengan dasi ataupun gaun-gaun dari Eropa. Sehingga, mengenakan batik merupakan suatu simbol perlawanan atas pakaian resmi (jas, dasi ataupun gaun-gaun Eropa) dari budaya asing. Dengan memakai batik, maka, identitas Indonesia ditunjukkan sekaligus menjadi unsur pembeda dengan bangsa lain. Seiring dengan perkembangan zaman, makna-makna batik pun menjadi kabur akibat penggunaannya tidak lagi memenuhi aturan pada masa dahulu. Di lain sisi, penggunaan batik sebagai gaya hidup cenderung diamati dari sisi positif bahwa gaya hidup merupakan satu bentuk kreativitas yang diperlukan bagi kemajuan sosial dan kultural. Melalui



gaya busana dapat dipresentasikan sejumlah makna sesuai dari tujuan seseorang yang menggunakan gaya busana bukan sekadar hanya untuk dipakai, namun, memunculkan berbagai macam citra. Dengan mengenakan baju batik, diharapkan akan memunculkan beberapa citra: di antaranya mahal, karena batik tulis memang tergolong mahal dan mewah; sadar budaya, karena batik merupakan warisan yang harus dilestarikan, peningkatan status, karena batik dengan motif tertentu dulunya hanya dipakai oleh kalangan raja saja.

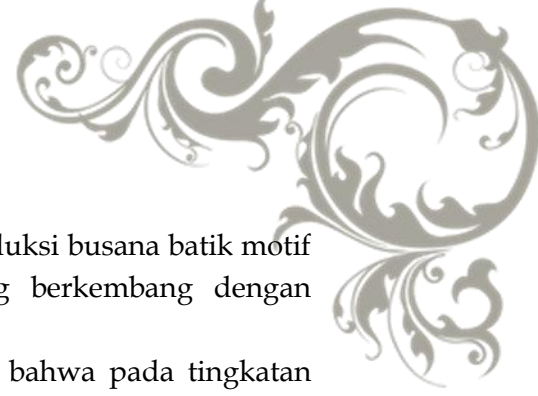
Sejatinya, konsumsi penampilan dapat dimanifestasikan melalui busana sehingga memunculkan berbagai style dalam perpaduan penggunaan pakaian batik, antara lain: (1) *Formal attire style*. Ciri khasnya adalah busana dari batik yang modelnya elegan berbahan sutra atau *chiffon* bermotif tidak terlalu ramai agar terkesan makin *sophisticated*. Misalnya untuk wanita, kenakan gaun panjang atau *sheath dress* batik yang cantik. Bisa juga menerapkan batik hanya sebagai aksesoris pada busana, misalnya memadukan *little black dress* dengan selendang batik sutera atau *off shoulder dress* polos dengan detail batik sebagai bagian pita. Sementara, untuk pria, dapat memberikan pilihan pada kemeja lengan panjang berbelahan pinggir bermotif batik klasik. Atau kemeja batik lengan pendek dipadukan dengan celana panjang bahan halus.

(2) *At play style*. Yaitu memadukan batik dengan *jeans*. Model busana yang atraktif dalam sentuhan motif batik. Untuk wanita, bisa memilih gaun batik tanpa lengan, rok mini batik berdetail *jeans*, blus batik dipadukan dengan *short pants* atau rompi batik *patchwork*. Untuk pria, kenakan kemeja batik lengan pendek berbelahan samping dengan aplikasi tabrak motif yang harmonis. Bisa juga memakai celana bermuda motif batik yang *stylish* dipadukan dengan polo *shirt* polos. (3). *Party-goers style*. Batik juga bisa tampil *fun*, *playful* dan *fashionable* terutama untuk pesta. Untuk wanita, dapat mengenakan mini *shirt dress* dari batik warna cerah, rok batik berdetail lipit sebagai padanan *blouse* satin, atau *halter top* batik yang *edgy* padanan *fitted jeans*. Selanjutnya, untuk pria, mengenakan jaket batik warna klasik atau kemeja batik warna cerah lengan pendek berbelahan samping berpadukan dengan *skinny pants*.

Batik menjadi Komoditas

Akibat yang terjadi perkembangan dari batik itu sendiri, kemudian masyarakat Indonesia memaknai batik dengan dangkal. Batik “hanya” sebagai simbol dan gaya hidup untuk menunjukkan citra diri. Padahal, sejatinya, selain memiliki karakter, dalam sejarah dan prosesnya batik tradisional merupakan sebuah hasil perenungan, memiliki nilai luhur dan falsafah kehidupan, bersifat eksklusif, hanya dipakai oleh kalangan tertentu, dan warisan budaya yang harus dilestarikan. Sementara, batik yang sekarang berkembang menjadi batik kontemporer adalah merupakan hasil suatu diversifikasi produk pakaian, nilai kebaruan yang ada adalah kontemporer, bersifat universal yaitu digunakan oleh semua orang pada suatu kesempatan, serta merupakan komoditi yang





mampu menunjang perekonomian. Sebagai contoh: produksi busana batik motif mega mendung telah menjadi industri budaya yang berkembang dengan mengikuti tren budaya populer dan selera pasar.

Dari paparan di atas, maka, dapat disimpulkan bahwa pada tingkatan fungsional, batik telah menjadi budaya populer, mampu mengesampingkan nilai tradisi dan ritual-ritual bahkan selanjutnya berhasil membentuk standar pakaian batik sebagai sesuatu yang massal (pasar). Dengan pola produksi secara massif oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia, maka, motif batik tidak lagi dibuat berdasarkan asumsi kedaerahan, namun, dikreasikan sendiri oleh pengusaha batik tersebut. Oleh sebab itu, jika pada mulanya penyebutan atau pengistilahan motif batik berdasarkan pada kekhasan suatu daerah, belakangan, berubah berdasarkan nama desainer yang tidak lain adalah pengusaha batik itu sendiri.

Batik sebagai identitas

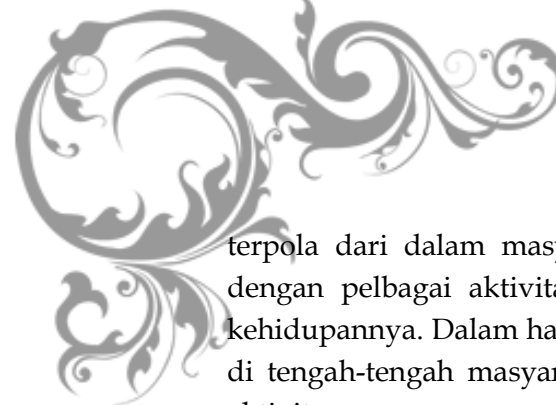
Konsep identitas dapat berkaitan dengan pemahaman orang mengenai siapa mereka dan apa yang bermakna baginya. Dalam hal ini, identitas berkaitan dengan proses menciptakan adanya keterhubungan antara masa lalu serta masa depan. Secara leksikal, identitas berasal dari kata *identity* yang berarti ciri-ciri, tanda-tanda atau jati diri yang melekat pada diri seseorang sejak lahir untuk membedakan antara dirinya dengan orang lain.



Berkait dengan yang tersebut di atas, maka, batik dapat disamakan dengan kemunculan identitas budaya suatu masyarakat yang merupakan adanya pengakuan tentang suatu simbol yang menjadi ciri dari masyarakat itu sendiri. Dengan begitu, batik tidak dapat dipisahkan dari 'rasa' yang berkelindan pada setiap anggota masyarakat dan dapat menjadi kebanggaan mereka. Sehingga, batik tidak dapat dilepaskan dari suatu identitas budaya karena mengandung nilai-nilai tertentu yang kemudian diwariskan kepada generasinya.


Meminjam Koentjaraningrat (2000: 181) bahwa kebudayaan adalah "keseluruhan sistem, yaitu gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar". Sehingga dapat dikatakan, batik memenuhi unsur sebagai wujud dari kebudayaan. Adapun, wujud kebudayaan antara lain (1) Gagasan merupakan kebudayaan yang berisikan kumpulan ide-ide, gagasan, nilai-nilai, norma-norma, peraturan dan sebagainya yang sifatnya abstrak, tidak dapat diraba atau disentuh. Wujud kebudayaan ini terletak dalam alam pikiran warga masyarakat yang berfungsi mengatur, mengendalikan dan penunjuk arah pada tingkah laku manusia di dalam bermasyarakat.

Sebagai identitas, sejatinya, batik dapat dijadikan sebagai sebuah ciri khas dari suatu masyarakat yang membanggakannya dan merupakan hasil dari ide dan nilai-nilai yang tumbuh di tengah-tengah kehidupan sosial mereka. (2). Kebudayaan adalah merupakan suatu aktivitas, yaitu suatu tindakan yang



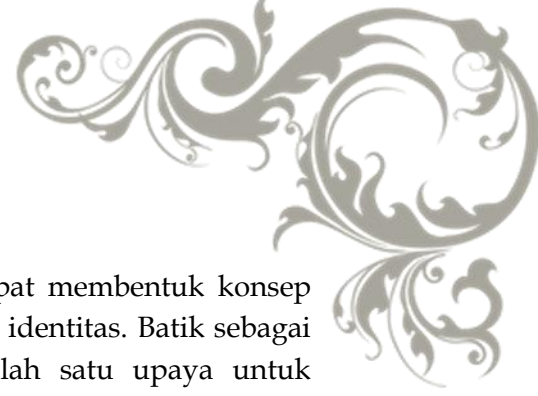
terpola dari dalam masyarakat itu sendiri. Wujud bisa berupa sistem sosial dengan pelbagai aktivitas masyarakatnya yang saling berinteraksi di dalam kehidupannya. Dalam hal ini, batik dapat mewakili adanya suatu aktivitas sosial di tengah-tengah masyarakat mulai dari membuat pola, aktivitas mencanting, aktivitas mengecap, sampai dengan aktivitas mengelem yang merupakan suatu kesatuan utuh dari aktivitas 'membatik' (3). Artefak, yaitu merupakan wujud kebudayaan fisik yang berupa hasil aktivitas, karya semua manusia dalam masyarakat yang berupa benda-benda atau hal-hal yang dapat diraba, dilihat, bahkan dapat didokumentasikan.

Selanjutnya, artefak bersifat paling konkret. Dari artefak, maka, perlu dilakukan yang namanya pewarisan nilai-nilai sosial budaya dan tidak dapat lepas dari 'proses sosialisasi' karena di dalamnya terdapat proses pembelajaran dan pemahaman. Kemudian, proses ini tidak sekadar mempelajari bagaimana membatik, akan tetapi, kemudian, makna pewarisan nilai-nilai sosial budaya itu menjadi lebih mendalam dalam arti aspek sosial juga tersentuh; artinya dapat menggambarkan karakteristik dari masyarakat tersebut --- dan identitas yang terbentuk lainnya adalah identitas diri dan identitas sosial.



Identitas sosial mengacu pada karakteristik yang dikaitkan dengan individu oleh orang lain. Hal ini kerap terjadi pada individu di dalam kelompok. Kenyataan ini dapat dilihat sebagai penanda yang menunjukkan siapa (dalam arti dasar) orang itu. Selanjutnya, identitas diri mengacu pada proses pengembangan diri dengan cara seseorang merumuskan rasa yang unik dari dirinya sendiri serta hubungannya dengan dunia sekitar. Di dalam menciptakan identitas diri maupun identitas sosial, maka, seseorang ataupun komunitas bisa saja menitikberatkan pada pilihan busana dan gaya hidup. Oleh sebab itu, pakaian, model rambut, dan seterusnya adalah sama tingkatannya dan dapat digunakan untuk menyatakan identitas seseorang.

Pada perkembangan berikutnya, batik pun menjadi seragam dan menjadi identitas sosial. Sebagaimana kita ketahui, pakaian seragam merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Pakaian menunjukkan suatu bentuk peradaban dan menjadi identitas seseorang yang salah satunya ditunjukkan oleh pakaian seragam. Kecenderungan manusia untuk membentuk entitas sosial menjadikan banyak dibuatnya pakaian seragam. Oleh sebab itu, saat ini, baju seragam sudah menjadi bagian dari *trend fashion* dalam masyarakat. Suatu seragam dibuat untuk menciptakan sebuah identitas bagi suatu kelompok. Dengan menggunakan seragam, maka, seseorang akan mendapatkan kesan kepemilikan terhadap kelompoknya sehingga loyalitas seseorang terhadap kelompoknya menjadi semakin tinggi.



SIMPULAN

Sebagai media komunikasi aktifaktual, batik dapat membentuk konsep diri dalam arti memunculkan citra yang mengarah pada identitas. Batik sebagai sebuah konsumsi simbol yang kemudian menjadi salah satu upaya untuk menjadi habitus --- bahkan dengan modal simbolik yang ada dan bermain dalam arena berbeda, dapat melahirkan gaya hidup dan juga tumbuhnya identitas diri, identitas sosial dan juga identitas budaya.

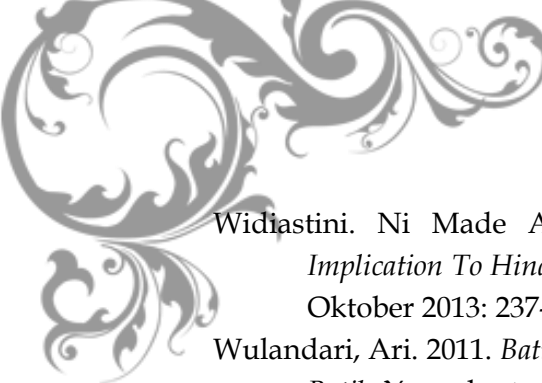
Batik yang merupakan produk kebudayaan Indonesia yang awalnya 'high culture' kini telah berubah menjadi budaya populer dan massa. Dengan begitu, maka, pembuatan batik berubah fungsi dari nilai guna menjadi satu nilai yang dapat dipertukarkan atau dengan kata lain menjadi komoditi, bahkan menjadi gaya hidup yang berkaitan dengan budaya konsumerisme yang terbentuk akibat dari kemunculan industri-industri. Salah satunya adalah industri mode atau fesyen.

Batik dengan berbagai fungsi praktis telah berkembang menjadi komoditi melalui industri kreatif untuk memuaskan kebutuhan pasar. Kenyataan ini menunjukkan adanya identitas manusia dalam lingkup yang lebih luas, baik identitas personal melalui penggunaan pakaian sebagai simbol identitas, identitas sosial dan juga identitas nasional dan kultural.



DAFTAR PUSTAKA

- Bourdieu, 1984, *Distinction. A social Critique of the Judgement of Taste*, translated Richard Nice, Routledge & Kegan Paul Ltd, UK.
- Chaney, David. 1996. *Lifestyles*. Editor: Idy Subandy Ibrahim. Yogyakarta: Jalasutra
- Griffin, Heather and Margaret Hone. 1990. *Introduction to Batik*. North Light Books: Cincinnati, OH
- Koentjaraningrat. 2000. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta : Rineka Cipta
- Parmono, Kartini .2013. *Nilai Kearifan Lokal Dalam Batik Tradisional Kawung*. Jurnal Filsafat Volume: 23, Nomor 2: Agustus 2013: 134-146
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Dia yang dilipat : Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. 2004. Bandung : Jalasutra
- Purwadi. 2008. *Busana Jawa (Jenis-Jenis Pakaian Adat, Sejarah, Nilai Filosofi Dan Penerapan)*. Yogyakarta : Pura Pustaka
- Rahmat, Jalaludin. 1985. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rusdiarti, Suma Riella. 2003. *Bahasa, Pertarungan Simbolik dan Kekuasaan*. Majalah Basis. Edisi 11-12. Tahun ke-52, Nopember-Desember 2003
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Takwin, Bagus. 2006. *"Habitus" dalam Resistensi dan Gaya Hidup*, Editor: Alfathri Adlin, Yogyakarta: Jalasutra



Widiastini, Ni Made Ary. 2013. *Memenor Tradition, The Contestation And Implication To Hindu's Community in Bali*. Jurnal Humaniora, Vol. 25, No. 3 Oktober 2013: 237-248

Wulandari, Ari. 2011. *Batik Nusantara Makna Filosofis, Cara Pembuatan, dan Industri Batik*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

<http://batikindonesia.com/tag/makna-simbolis-batik-megamendung>

<http://www.kbbionline.com/arti/kbbi/konsep>

TENTANG PENULIS

Dwi Kartikawati merupakan Dosen tetap di Prodi Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Nasional, Jakarta. Pernah bekerja sebagai Dosen tidak tetap di Universitas Paramadina Jakarta dan Universitas Sahid Jakarta. Menamatkan pendidikan S-1 Ilmu Komunikasi Sahid Jakarta. Jenjang S-2 Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia (UI). Program Doktorat (S-3) Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia (UI) pada 2011-2014.

