

BATIK SEBAGAI IDENTITAS KULTURAL BANGSA INDONESIA DI ERA GLOBALISASI

Iskandar
(Fakultas Pertanian, Universitas Islam Batik Surakarta)
Eny Kustiyah
(Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Batik Surakarta)

ABSTRACT

This research aims at finding out the reason why Indonesia tries hard to make Batik as Indonesian Cultural Heritage. It also aims at revealing and explaining as well the importance of identity in globalization era. This research uses inductive research to explore the intended phenomenon and finds the way to anticipate it. The method of the research is descriptive qualitative. The primary source of data derived from Indonesian batik where as the secondary data come from the books, journals, and virtual sources. The type of data are words, phrases, clauses, sentences, narration. The researcher employs library research and note-taking technique to collect the data then put them into particular domain. The researcher employs hermeneutic approach to find out the history of Batik in Indonesia. Then, the researcher finds out the elements which support Batik as Indonesia cultural heritage. The researcher tries to find out the relation between Batik and globalization which finally culminate in cultural identity.

Key words: batik, cultural identity, globalization

PENDAHULUAN

Identitas merupakan sesuatu yang melekat dan mencerminkan jati diri seseorang dalam lingkup kecil dan jati diri bangsa dalam lingkup luas. Identitas dalam artian mencerminkan jati diri bangsa seolah sudah menjadi kebutuhan yang harus dimiliki saat ini. Identitas suatu bangsa terwujud dalam berbagai bentuk seperti bendera kebangsaan, lagu kebangsaan, lambang negara dan yang dikaji dalam penelitian ini yakni identitas dalam wujud budaya. Adapun aspek-aspek budaya yang observable antara lain, makanan, pakaian, religi,

bahasa, bangunan dan karya-karya lainnya. Yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini yakni identitas diri yang terwujud dalam pakaian batik. Hal ini terbukti dengan *boomingnya* industri batik di tanah air dalam era globalisasi.

Berkenaan dengan kajian budaya, maka peneliti menjatuhkan pilihan pada batik yang menjadi isu dalam identitas budaya Indonesia dengan mengemukakan dua alasan; pertama, adanya kesadaran kolektif pada warga masyarakat Indonesia untuk mengenakan baju Batik karena Batik merupakan warisan leluhur bangsa Indonesia. Kedua, Batik memiliki

kekhasan maupun keunikan yang membedakan bangsa Indonesia dengan bangsa lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertipe deskriptif kualitatif. Sumber data utama penelitian ini yakni ragam batik di Indonesia. Sumber sekunder diambil dari buku-buku, jurnal dan sumber virtual lainnya sebagai kajian pustaka. Adapun tipe data adalah teks berupa kata, frase, anak kalimat, kalimat dan narasi. Peneliti menggunakan *library research* untuk mengumpulkan data. Maksud dari *library research* yaitu mencari dan mengelompokkan ungkapan dan komentar kritis yang berkaitan dengan topik penelitian. Kemudian, data-data tersebut dikumpulkan melalui teknik pencatatan. Selanjutnya, data-data yang sudah diperoleh dikelompokkan dalam domain-domain tertentu.

Adapun dalam hal menganalisis data, peneliti menetapkan tiga langkah. Pertama, data-data yang sudah terkumpul tersebut dianalisa secara deskriptif hermeneutik. Hal ini dilakukan untuk mencari, menemukan dan menggambarkan sejarah Batik di Indonesia. Kedua, peneliti mencari elemen-elemen yang mendukung Batik menjadi *Indonesian cultural heritage*. Ketiga, peneliti mencari relasi antara Batik dan globalisasi dan akhirnya mengerucut pada *cultural identity*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Saat ini, Batik berada di puncak popularitas. Batik sudah ditetapkan sebagai *Indonesian Cultural Heritage* yaitu warisan budaya tak benda oleh *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation* (UNESCO) tepatnya pada tanggal 2 Oktober 2009. Batik adalah seni gambar di atas kain untuk pakaian. Seni gambar ini tidaklah asal menggambar saja akan tetapi motif apa yang digambar juga memiliki makna filosofis. Filosofi motif batik ini berkaitan erat dengan kebudayaan Jawa yang sangat kental dengan simbol-simbol yang sudah mengakar kuat dalam falsafah kehidupan masyarakat Jawa.

Sebelum sampai pada pengakuan dunia akan Batik yang diakui sebagai warisan budaya tak benda bangsa Indonesia (*Intangible cultural heritage*), maka peneliti akan membahas beberapa hal berkaitan dengan alasan Batik yang diperjuangkan bangsa Indonesia sebagai warisan budaya serta Batik yang dijadikan identitas budaya bangsa Indonesia di era globalisasi. Beberapa hal itu diantaranya Sejarah Batik di Indonesia, Elemen-elemen Yang Mendukung Batik Sebagai *Indonesian Cultural Heritage*, dan Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia di Era Globalisasi.

1. Sejarah Batik di Indonesia

Dalam khasanah kebudayaan, Batik merupakan salah satu bentuk seni kuno yang adiluhung. Batik berasal dari bahasa Jawa yaitu

“amba” berarti tulis dan “nitik” yang berarti titik. Yang dimaksud adalah menulis dengan lilin. Membatik diatas kain menggunakan canting yang ujungnya kecil memberi kesan “orang sedang menulis titik-titik”. Kata batik menurut (Sularso dkk, 2009: 23) merujuk pada kain dengan corak yang dihasilkan oleh bahan *malam* (wax) yang diaplikasikan ke atas kain sehingga menahan masuknya bahan pewarna (dye) atau dalam bahasa Inggrisnya “wax resist dyeing.”

Meskipun kata batik dirujuk dari bahasa Jawa, namun asal muasal batik sesungguhnya masih menjadi misteri dan masih diperdebatan sampai saat ini. Pada tahun 1677, terdapat bukti sejarah mengenai perdagangan sutera dari Cina ke Jawa, Sumatra, Persia dan Hindustan. Selain itu juga terdapat catatan-catatan tertulis mengenai ekspor batik dari Jawa ke Malabar pada catatan tahun 1516 disusul tahun 1518. Di dalam catatan itu dikatakan mengenai kain-kain diwarnai indah yang disebut *tulis* (bahasa Jawa) yang dalam bahasa Indonesia juga berarti tulis. Batik tulis biasa disebut “batik klasik” atau “batik murni”. Van Roojen (2001) menyatakan bahwa apa yang dimaksud dengan batik klasik bersumber pada arus budaya yang mendasarinya yakni pada masa kerajaan Mataram II (1575-1755) di

pulau Jawa. Adapun istilah klasik merujuk pada ragam hias dari masa pra-Hindu, Hindu-Jawa Majapahit dan masa kesultanan yang berasal dari pengaruh kerajaan Islam Demak dan Pajang.

Batik yang awalnya hanya dipakai di lingkungan keraton saja mulai melebarkan sayapnya ke luar keraton seiring dengan kebutuhan dan perkembangan jaman dari kebutuhan *individual* menjadi *industrial*. Industri batik dalam bentuknya yang paling sederhana, diperkirakan mulai berkembang pada abad ke-10 di saat Jawa banyak mengimpor kain putih (kain mori) dari India sebagaimana diungkapkan berbagai sumber kuno.

Sejarah batik memang dominan di pulau Jawa mengingat pulau ini memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi sejak dahulu kala bahkan sampai sekarang. Karena tingkat kepadatan penduduk inilah, tercatat dalam sejarah bahwa di pulau Jawa terdapat banyak kerajaan. Menurut Sularso (2009: 25) bahwa “India telah menulis tentang Dwipantara atau Kerajaan Hindu Djawa Dwipa di pulau Jawa dan Sumatera sekitar 200 SM.” Rekam jejak pulau Jawa inilah yang mengukuhkannya sebagai pusat seni batik yang telah berkembang sampai sekarang. Telah diakui dunia bahwa Batik mencapai puncak keemasannya di Jawa pada masa kerajaan Mataram I sampai

dengan masa Mataram II yang dipecah menjadi keraton Surakarta dan Yogyakarta.

Batik Jawa terkenal sangat *intricate* yang berarti memiliki tingkat kerumitan tinggi dalam hal motif dan pewarnaan. Dalam hal motif, batik Jawa memiliki motif-motif yang kental akan filosofi hidup. Batik dengan ragam hias dan motifnya telah mengakar dalam kebudayaan Jawa dan mempunyai fungsi masing-masing mulai dari fungsi untuk menggendong bayi, untuk alas, selimut, khusus untuk di pakai raja, khusus dipakai pengantin sampai untuk kain penutup jenazah (Hardjonagoro, 1999, 65).

Kreatifitas seni batik ini tidak hanya berkuat pada budaya lokal atau budaya Jawa saja, akan tetapi juga bertemu dengan budaya luar seiring sejalan dengan ramainya jalinan perdagangan antar negara. Kebudayaan Jawa yang bersentuhan dengan budaya lain seperti dalam hal perdagangan dengan Cina, India dan Timur Tengah memberi warna tersendiri dalam ragam motifnya.

Popularitas batik mulai meningkat pada akhir abad ke-18 atau awal abad ke-19. Munculnya batik cap menandai era industrialisasi. Selain itu, sejak industrialisasi dan globalisasi yang memperkenalkan teknik otomatisasi, batik jenis baru muncul yakni batik printing. Batik

printing ini banyak mempengaruhi arah industri perbatikan karena prosesnya yang lebih cepat dan harganya jauh lebih murah dibandingkan batik tulis. Dengan demikian, munculnya era industrialisasi juga menandai pasang surutnya batik khususnya geliat industri kain batik di pulau Jawa.

2. Elemen-elemen Yang Mendukung Batik Sebagai *Indonesian Cultural Heritage*

a. Perajin Batik dan Industri Batik

Pada awalnya, seni batik hanya ada di lingkungan keraton. Hal ini sebagai salah satu cara untuk menunjukkan eksistensi para aristokrat pada karya seni yang dihasilkan. Namun pada waktu sekarang, seni batik sudah menyebar luas di masyarakat bahkan profesi sebagai pembatik sudah menjadi mata pencaharian masyarakat terkhusus kaum perempuan.

Di daerah Jawa Tengah telah berkembang pesat para perajin batik/pembatik dan industri batik seperti di Yogyakarta dan Surakarta. Di Yogyakarta, industri batik juga mengalami pasang surut. Menurut Nurainun (2008), pada tahun 1970an, terdapat 1200 unit usaha batik dan sampai dengan tahun 2008, tinggal 400 unit usaha yang bertahan. Sementara itu dari data

Koperasi Batik Persatuan Pengusaha Batik Indonesia di Yogyakarta, dari 116 unit usaha batik, kini tinggal 16 usaha saja, sedangkan yang benar-benar menjalankan usaha batik hanya 5 unit. Sementara itu di Gunung Kidul, data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi DIY menyatakan bahwa jumlah industri batik tulis dari tahun 2003-2004 menurun drastis dari 107 unit usaha menjadi 8 unit saja. Tren penurunan jumlah unit usaha juga terjadi di koperasi Kobat Tantama bahwa lebih dari 70% anggotanya sudah tidak aktif lagi bergerak di sektor industri batik dari total anggota berjumlah 132 perajin.

Tren penurunan unit usaha juga terjadi pada batik Lasem. Diawali pada tahun 1950an, terdapat 140 pengusaha batik kemudian merosot menjadi 70 pengusaha batik di tahun 1970an. Di tahun 2008, hanya 12 orang saja yang bertahan menjalani bisnis batik. Hal utama yang mendasari pudarnya sinar industri batik Lasem yaitu sumber daya manusia. Tidak ada regenerasi pembatik muda karena batik Lasem sebagian besar merupakan batik tulis.

Adapun industri batik di Pekalongan masih bertahan

sampai sekarang bahkan cenderung prospektif. Menurut Nurainun (2008: 125),

Dari data pemerintah Pekalongan diketahui terdapat 1719 pengrajin batik yang tersebar di tiga kecamatan yaitu Pekalongan Barat, Pekalongan Timur, dan Pekalongan Selatan. Terdapat 600 perusahaan batik dan 700 perusahaan garmen. Memiliki empat grosir besar yaitu Sentono (225 kios), Pasar Gamer (350 kios), Mega Grosir MM (150 kios) dan pasar Metono.

Sementara itu industri batik di Solo juga mengalami peningkatan mulai satu dekade silam. Ada dua sentra batik di Solo yang perpusat di Laweyan dan Kauman. Di Laweyan, telah terbentuk Forum FPKBL yakni Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan dengan ketua Alpha Febela Priyatmono. Kampoeng Batik Laweyan didominasi pelaku usaha menengah dan besar sejak puluhan bahkan ratusan tahun

lalu. “Ada 93 pelaku usaha di Laweyan, lebih dari 50 % adalah pelaku usaha kecil yang pekerjaannya kurang dari 7 orang,” ujar Alpha Febela kepada Tempo, Jumat 3 Mei 2013.

Sementara itu Kampoeng Batik Kauman juga terlihat denyut industri perbatikannya. Sejak Februari 2006 dibentuklah Paguyuban Kampoeng Batik Kauman. Saat ini klaster Kampoeng Batik Kauman memiliki 72 anggota dan yang sudah bergabung dalam koperasi ada 40an anggota.

Sementara di Cirebon, terdapat Kampung Batik Trusmi yang merupakan pusat industri wisata batik di Cirebon. Kampung ini mencakup lima desa yaitu Desa Trusmi Wetan, Trusmi Kulon, Panembahan, Wot Gali, dan Weru. Menurut Kabid Industri Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Cirebon, Supardi terdapat 402 unit usaha kerajinan batik, namun banyak yang terbentur modal.

Untuk batik Lasem kabupaten Rembang, sumber dari Dinas Indagkop UKM Kabupaten Rembang tahun 2012 menyebutkan terdapat 54 pengusaha industri batik Lasem dengan produktifitas per bulan sekitar 16 ribu lembar dan

menyerap tenaga kerja sejumlah 2119 orang. Di tahun 2013, jumlah pengusaha industri batik naik menjadi 71 orang dengan produktifitas per bulan mencapai 20 ribuan lembar dan menyerap tenaga kerja sejumlah 4.457 orang. Pada tahun 2014, tren kenaikan terus terjadi, ada 84 orang pengusaha batik dengan produktifitas per bulan mencapai 24 ribu lembar dan melibatkan 4.620 orang. Dari sekian orang yang terjun di industri batik, tercatat sebanyak 7 orang pengusaha batik Lasem yang telah melindungi karyanya dengan mengajukan merk dagang ke Kementerian Hukum yang terdiri dari Sekar Mulyo Art, Sorkak Sorgung Art, Batik Kresno Aji, Hamdan Batik, Dampo Awang Art, Purnama Art, dan Sola Gracia Art (sumber: Radio Citra Bahari FM Rembang)

Adapun di luar pulau Jawa, terdapat batik Madura dan batik Bali. Di Madura, data dari DISPERINDAG Pamekasan menguraikan bahwa lokasi kerajinan batik di Pamekasan menyebar di 11 kecamatan dengan jumlah terbanyak di kecamatan Proppo. Lokasi ini berdekatan dengan keraton sehingga lumrah jika ada jejak warisan batik yang melimpah di

sana. Pemerintah Kabupaten Pamekasan mengembangkan sentra-sentra industri batik tulis yang keseluruhannya mencapai 28 sentra, tersebar di tujuh kecamatan. Adapun rinciannya sebagai berikut: Kecamatan Pamekasan 5 sentra, kecamatan Proppo 12 sentra, kecamatan Palengan 6 sentra, Kecamatan Waru 1 sentra, kecamatan Pegantenan 2 sentra, kecamatan Galis 1 sentra, dan kecamatan Tlanakan 1 sentra.

Sementara batik Bali terpusat di kota Denpasar sebagai ibukota Bali. Menurut (Biomantara, 2014: 486) “Industri kain Batik di kota Denpasar adalah industri terbanyak di Provinsi Bali. Dengan jumlah 61 unit usaha dan menyerap tenaga kerja sebanyak 417 orang dengan nilai investasi sebesar 2.037.600.000 rupiah.” Adapun jumlah industri batik di Kota Denpasar dari tahun 2008 s/d 2010 sejumlah 71 unit industri, tahun 2011 sejumlah 73 unit industri dan tahun 2012 turun menjadi 61 unit industri. Terdapat satu daerah lagi yang juga memproduksi kain batik yaitu Kabupaten Badung sebanyak 3 unit usaha dengan menyerap tenaga kerja sebanyak 58 orang.

Dari sekian banyak unit usaha batik yang tersebar, maka mulailah dikenal istilah yang merujuk pada batik tertentu sesuai dengan motif, ragam hias dan asal batik tersebut dibuat. Oleh karena itu kini kita mengenal yang namanya Batik Solo, Batik Yogyakarta, Batik Betawi, Batik Cirebon, Batik Rembang, Batik Pekalongan, Batik Madura, Batik Semarang, Batik Bali dan batik lainnya yang tersebar di Nusantara.

b. Event Bertema Batik

“Bangsa yang besar adalah bangsa yang menghargai budayanya, Indonesia layak disebut bangsa yang berbudaya.” Itulah kutipan kalimat dari Nelson Mandela, seorang pejuang *apartheid* yang pernah menjabat sebagai Presiden Afrika Selatan. Penghargaan batik sebagai warisan budaya sendiri inilah yang mengantarkan negara Indonesia mendapatkan pengakuan dunia yang diwakili oleh UNESCO bahwa Batik adalah *Indonesia Cultural Heritage* dan masuk dalam daftar *World Heritage*. Pengakuan dunia atas batik Indonesia juga harus diikuti oleh tindakan nyata bangsa Indonesia untuk melestarikan warisan budaya seni batik. Salah satu tindakan nyata untuk

membangkitkan kesadaran akan rasa memiliki batik dan melestarikannya yaitu dengan menyelenggarakan event atau acara-acara bertema batik.

Event lokal bertema batik sudah rutin diselenggarakan di berbagai daerah seperti di Solo ada “Solo Carnival: Batik is my Life” yang dijadwalkan pada 21 Februari 2016; Java Expo 2016, Pameran Nasional yang mengkolaborasikan sektor pariwisata, perdagangan dan investasi yang diikuti oleh peserta di wilayah Indonesia dan dijadwalkan pada tanggal 4-8 Mei 2016; Solo Investment Trade and Tourism Expo 2016, merupakan kolaborasi pameran investasi, perdagangan dan pariwisata untuk memperkenalkan potensi investasi dan pariwisata di Solo; Solo Batik Carnival yakni karnaval yang menganbil tema batik yang dijadwalkan pada Juli 2016; Solo Batik Fashion, menampilkan desain batik yang bisa digunakan sebagai tolok ukur busana batik nasional dan event ini dijadwalkan pada Oktober 2016; Pasar Seni Balekambang, yakni pasar seni budaya yang beraneka ragam dan dijadwalkan pada Oktober 2016.

Adapun event bertema batik di Yogyakarta seperti Demo

Membatik yang diadakan oleh Tembi Rumah Budaya di Bantul dan diadakan setiap Minggu yang bertujuan untuk mengenalkan budaya batik pada masyarakat; TEBAKIN merupakan pameran tenun, batik dan kain khas Nusantara dijadwalkan pada bulan Agustus 2016; Jogja Fashion Week akan digelar bulan Mei 2016.

Sementara itu di beberapa kota lain juga menyelenggarakan event-event yang mendukung karya seni batik. Di Pekalongan ada Pekan Batik Internasional yang dijadwalkan bulan Oktober tahun ini. Selain itu ada juga Kirab Budaya Kota Pekalongan dan Karnaval Batik Pekalongan. Acara ini menampilkan seluruh potensi budaya di Pekalongan.

Adapun Lasem juga menyelenggarakan Karnaval Batik Lasem yang baru diluncurkan pada tahun 2013 silam. Sedangkan Bali yang menjadi maskot pariwisata Indonesia mengusung Pesta Kesenian Bali. Acara ini bulan Juni pada hari Sabtu minggu kedua dan hari Sabtu minggu kedua bulan Juli. Acara ini merupakan pameran berbagai macam karya seni dan pencapaian seni yang dikunjungi oleh turis domestik dan manca negara.

Sedangkan Cirebon juga menyelenggarakan event budaya seperti Pagelaran Seni Keraton Kasepuhan. Pagelaran ini menampilkan bermacam karya seni termasuk batik yang sudah dipakai para aristokrat di sana sejak dulu. Di dalam acara ini termasuk lomba Duta Batik Cirebon.

Adapun pemerintah juga berperan aktif dalam mengusung seni batik yang diwujudkan dalam event-event nasional dan diikuti oleh para perajin di Indonesia diantaranya Festifal Batik Bordir dan Tenun Nusantara 2016 di Graha Manggala Siliwangi Bandung; Pameran Produk Unggulan Koperasi, UKM, dan PKBL 2016 di Java Mall Semarang; Pameran Fashion Batik Handycraft di Bellevue Mall Lebak Bulus Jakarta; Batik Bordir Accessories Fair di Grand City Surabaya; Gebyar Wisata Budaya dan Nusantara 2016 di JCC Jakarta; Gelar Batik Nusantara di JCC Jakarta; Inacraft di JCC yang menampilkan beragam karya seni Indonesia.

Kegiatan tersebut diatas dilakukan secara kontinyu dan terencana sehingga lambat laun membentuk kesadaran masyarakat pada warisan seni batik yang akhirnya dilekatkan

sebagai identitas budaya bangsa. Selain itu, kegiatan tersebut juga bertujuan untuk meningkatkan gairah industri pariwisata yang dapat menarik wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara agar turut mengenal dan mempopulerkan ciri khas seni adiluhung dari Indonesia berupa seni batik.

c. Museum Batik

Keberadaan museum batik yang memajang karya seni batik dari batik kuno sampai batik modern menunjukkan kepedulian akan warisan seni batik para leluhur bangsa Indonesia. Beberapa museum batik yang ada di Indonesia diantaranya Museum Batik Yogyakarta, Museum Tekstil di Tanah Abang, Museum Batik Dinar Hadi Solo, Museum Batik Pekalongan, dan Telecenter Museum Batik.

Museum batik melakukan berbagai upaya untuk melestarikan seni batik diantaranya pengadaan koleksi, tindakan konservasi terhadap koleksi, dan tindakan preventif dalam pelestarian koleksi. Tidak dipungkiri bahwa saat ini museum menghadapi beberapa kendala dalam upaya pelestarian batik diantaranya sarana dan prasarana museum, tenaga kerja, dan pendanaan. Jika melihat peran

museum di luar negeri, maka kesan yang berbeda akan kita temui. Museum di luar negeri memegang peranan penting dalam pelestarian budaya. Hal ini didukung oleh tingkat kemakmuran negara tersebut, tingkat pendidikan dan kesadaran kolektif yang semuanya berpartisipasi aktif melestarikan warisan budayanya. Hal inilah yang patut kita petik karena sarat pelajaran berharga sehingga nantinya museum batik di Indonesia juga mengalami perkembangan dan kemajuan dalam peranannya melestarikan seni batik Nusantara.

d. Tujuan Wisata

Setelah diakui oleh UNESCO bahwa batik merupakan *Indonesian Cultural Heritage*, maka geliat industri batik dan pariwisata batik semakin terlihat nyata. Digelarnya event-event rutin yang bertema batik setiap tahun telah mengundang para turis baik domestik dan luar negeri untuk datang melihat, membeli dan bahkan investasi. *Virus positif* akan kegiatan ini terbaca dari maraknya penjualan batik, padatnya akomodasi dan perhotelan, larisnya restoran yang otomatis mengangkat kemakmuran masyarakat yang

bersinggungan dengan acara tersebut.

Gema wisata juga didengungkan di Kampoeng Batik – kampoeng Batik yang tidak hanya memproduksi dan menjual batik akan tetapi juga menawarkan wisata edukasi. Salah satu jenis wisata edukasi di kampoeng batik yaitu melihat proses pembatikan dan diajari cara membatik menggunakan canting dengan media kain kecil seukuran sapu tangan atau taplak meja. Para pengunjung akan mempraktekkan cara membatik dengan canting yang nantinya akan di berikan kepada pengunjung sebagai kenang kenangan. Pengalaman membatik sendiri inilah yang menjadi suguhan unik sehingga banyak pengunjung yang penasaran dan ingin mencoba.

Selain kampoeng batik, ada juga *trade center* atau pusat batik yang menjual berbagai macam kain batik dan baju batik jadi. Wisatawan bisa membeli batik di tempat ini secara eceran dan kodian. Tugas bangsa Indonesia dalam melestarikan batik khususnya di industri pariwisata yakni bagaimana caranya membawa batik sebagai “souvenir wajib” sehingga tidak afdol kiranya jika berkunjung ke

Indonesia tanpa membeli kain batik.

3. Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia

Secara definisi, menurut kamus Oxford English Dictionary, *identity*: “the fact of being who or what a person or thing is” atau “the distinct personality of an individual regarded as a persisting entity.” Identitas merupakan konstruksi sosial budaya. Merujuk pada hal ini, maka identitas budaya menurut Voicu (2014: 1) didefinisikan sebagai:

an individual’s realization of his or her place in the spectrum of cultures and purposeful behavior directed on his or her enrolment and acceptance into a particular group, as well as certain characteristic features of a particular group that automatically assigns an individual’s group membership.

Adapun fitur identitas kultural antara lain: suku, etnik, profesi, sosial, ekonomi, gender, bahasa, pakaian, makanan, religi dan lain sebagainya. Berkenaan dengan identitas budaya yang diangkat dalam isu penelitian ini, maka fitur yang menjadi fokus utama yaitu pakaian khususnya kain batik. Proses pemerolehan identitas bangsa Indonesia ini sudah dimulai sejak lama.

Mulai dari Presiden pertama Republik Indonesia, Ir. Soekarno telah mengawali usahanya dalam rangka pencarian identitas bangsa Indonesia dengan ungkapannya, “Jiwa bangsa yang hidup, tidak pernah berhenti berjalan, seni yang hidup pun tidak pernah berhenti.” Untuk mendukung hal itu, maka bung Karno mengaggas konsep Trisakti yang *up to date* sampai sekarang ini yang terdiri dari; (1) Berdaulat dalam politik, (2) Berdikari dalam ekonomi, (3) Berkepribadian dalam kebudayaan. Berdaulat dalam politik berarti bahwa bangsa ini memiliki kedaulatan penuh sehingga tidak didekte oleh pihak asing dalam menentukn masa depannya. Berdikari dalam ekonomi berarti bahwa bangsa ini harus memiliki kekuatan dan kemandirian dalam ekonomi, tidak tergantung pada bantuan dan hutang luar negeri. Berkepribadian dalam kebudayaan berarti bahwa bangsa ini harus memiliki akar kultural yang kuat sebagai landasan karakter kepribadian sehingga memiliki pribadi ala Indonesia yang kokoh meskipun dibanjiri budaya asing sehingga tidak mudah tercerabut dari akarnya. Akar budaya yang berpijak pada kebhinekaan merupakan identitas yang dimiliki bangsa Indonesia (Tranggono dalam Harian Kedaulatan Rakyat, 26 April 2011).

Usaha untuk menciptakan *awareness* akan karya seni batik sebagai identitas nasional dilanjutkan oleh presiden kedua Negara Kesatuan Republik Indonesia yaitu bapak Soeharto. Beliau melihat peluang emas agar seni batik di kenal dunia dengan mengenalkannya melalui peristiwa penting yakni Asia Pacific Economic Conference (APEC) di istana Bogor pada tahun 1994. Pada saat itu semua pemimpin negara yang hadir dalam konferensi APEC di daulat untuk mengenakan baju batik. Peristiwa langka ini tentu menjadi sorotan media dunia karena kedelapan belas pemimpin dari berbagai negara seperti Presiden Bill Clinton dari Amerika Serikat, Perdana Menteri Canada, Jepang dan beberapa pimpinan negara lain berfoto bersama mengenakan kemeja batik yang di desain oleh desainer kondang, Iwan Tirta.

Adapun Presiden ke enam Negara Kesatuan Republik Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono telah menorehkan sejarah yang tak lekang dimakan zaman yakni upaya untuk mengusulkan batik sebagai warisan budaya Indonesia disambut baik oleh UNESCO. Tanggal 2 Oktober 2009 merupakan tonggak diakuinya batik sebagai warisan budaya dunia tak benda dari negara Indonesia.

Sedangkan Presiden ke tujuh Negara Kesatuan Republik Indonesia,

Joko Widodo juga menunjukkan kepedulian akan warisan seni batik. Beliau menetapkan *dress code* batik coklat pada saat upacara pelantikan menteri dalam Kabinet Kerja. Dukungan akan batik sebagai identitas kultural bangsa Indonesia terus mengalir sampai sekarang. Pemerintah melalui Kementerian Perindustrian telah mendukung keberlangsungan industri batik dan memetakan sejumlah pengrajin batik dengan memberikan *Batikmark* sebagai upaya untuk melindungi motif batik dari pembajakan. *Batikmark* juga menunjukkan bahwa batik tersebut memiliki kualitas bagus. Sebanyak 106 pengrajin batik dari 50 ribu pengrajin di seluruh Indonesia sudah bersertifikat dan teruji sebagai batik berkualitas. *Batikmark* merupakan tanda yang menunjukkan identitas atau ciri batik buatan Indonesia. Ada tiga jenis penggolongan dalam batik mark: 1. Kategori emas untuk batik tulis, perak untuk batik campuran tulis dan cap, serta putih untuk batik cap. *Batikmark* mulai berlaku di Indonesia sejak tahun 2007 dan merupakan inisiasi dari Kamar Dagang Indonesia, Yayasan Batik Indonesia, Kementerian Pariwisata, dan Kementerian Perindustrian. Adapun tujuan utama dari *Batikmark* adalah untuk menghadapi kompetisi dan

pembajakan terlebih di era teknologi canggih dalam globalisasi

Berkaitan dengan kajian penelitian, maka pengaruh globalisasi terfokus pada aspek kebudayaan, khususnya batik yang menjadi identitas kultural bangsa Indonesia. Yamashita (2003:4) dalam bukunya membahas proses kebudayaan yang sedang berlangsung dan relasinya dengan globalisasi ekonomi maupun politik. Di Asia Tenggara, komunitas nasional, etnik maupun sub-regional menyumbang sebagai agen-agen produksi budaya. Namun mereka bukanlah entitas yang sama seperti dahulu melainkan komunitas berbeda karena mereka telah “campur” dengan hal asing yang merangsek masuk sehingga homogenitas suatu kebudayaan dipertanyakan. Tidak ada lagi keunikan dan kekhasan suatu budaya setelah globalisasi masuk. Identitas budaya suatu komunitas mulai luntur perlahan tapi pasti. Kontestasi identitas kultural ini mendapatkan tantangan karena terus menerus bersentuhan dengan usaha-usaha internasional, kelas sosial, gender, dan lain-lain sehingga entitas lokal berupaya untuk meredefinisi identitas kultural yang telah melahirkan kebudayaan baru.

Santeranya globalisasi yang membawa panji-panji kapitalisme telah masuk dengan mudahnya di Indonesia. Hal ini tentu memberi

banyak dampak dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Bangsa Indonesia mengalami tiga krisis besar yaitu, 1. Krisis kedaulatan karena bangsa ini didekte oleh kekuatan dan kekuasaan asing, 2. Krisis ekonomi karena hegemoni kapitalisme, 3. Krisis budaya karena bangsa ini semakin tercerabut dari akar budayanya akibat budaya massal yang dipompa oleh kapitalisme global. Menurut Tilaar (1999) manusia sebagai makhluk sosial dan makhluk budaya adalah seseorang yang menguasai dan berperilaku sesuai dengan nilai-nilai budaya, khususnya nilai-nilai etis dan moral yang hidup dalam kebudayaan tersebut.

Nilai-nilai etis dan moral yang tertuang dalam seni batik merupakan perwujudan solidaritas sosial yang diikat oleh aturan dan nilai budaya yang dianut oleh masyarakat. Namun seiring dengan masuknya ruh kapitalisme yang menawarkan persaingan ekonomi, maka nilai-nilai budaya yang termaktub dalam seni batik mengalami pergeseran dan cenderung penyempitan yang mengarah pada privatisasi. Seni batik yang awalnya cermin solidaritas yang komunal berubah menjadi personal ketika didesak oleh panji-panji kapitalisme yang diusung pasar global. Maka mulailah bermunculan individualisme yang berakar dari ruh

kapitalisme dalam berkarya seni. Fuad Hasan menyebutnya “kekamian dan bukan kekitaan.” Kebersamaan dan solidaritas telah berganti menjadi keakuan. Hal ini mengakibatkan seni budaya tradisi milik masyarakat mulai pudar termasuk nilai-nilai budaya dan makna filosofinya.

Perubahan yang begitu cepat ini di angkat oleh Delor’s Report yang mengusung isu global yaitu ketegangan antara tradisi dan modernitas, global versus lokal, universal dan individual, kelanggengan dan pembaharuan. Kondisi budaya karena bertemunya dua nilai akibat penduniaan dalam segala bidang yang pada puncaknya menimbulkan ketegangan antara yang spiritual dan material (Widagdo, 2001). Pengaruh globalisasi menggeser nilai seni khususnya seni batik, dari seni yang penuh filosofis, religius dan simbolik berubah menjadi seni yang bersifat material semata. Karya seni yang seperti ini tercipta karena kebutuhan praktis dan ekonomis.

Kekuatan kapitalisme dalam era globalisasi tidak mampu dielakkan sehingga kekuatan ini harus disikapi dengan arif. Berbagai upaya terus dilakukan untuk “menyambut” globalisasi sekaligus menyusun strategi agar bangsa ini tidak hanyut dalam arus global semata yang mampu menggerus budaya kita.

Bangsa Indonesia harus menunjukkan eksistensinya dengan menunjukkan ciri khas yang dimiliki. Ciri khas inilah yang menjadikan bangsa Indonesia unik sekaligus menjadi penanda eksistensinya. Adapun penanda yang terpilih diantara kebhinekaan yang ada jatuh pada karya seni adiluhung berupa seni batik.

Berbagai kegiatan yang berkaitan dengan seni batik ditujukan untuk mensosialisasikan dan menginternalisasikan “ruh” batik pada masyarakat. Adapun sosialisasi adalah proses pengalihan ide-ide, pengetahuan, sikap dan tingkah laku dari satu generasi ke generasi berikutnya. Proses ini berlangsung dimulai dari keluarga, teman, pendidikan formal dan non formal, dan pergaulan di masyarakat. Sosialisasi merupakan istilah yang sering dipakai oleh para sosiologist, adapun para antropologist menggunakan istilah enkulturasi yang merujuk pada proses yang sama. Sedangkan internalisasi adalah penjiwaan dari proses tersebut sampai membentuk pengetahuan dan perilaku. Internalisasi meliputi proses penghayatan, proses penguasaan secara mendalam melalui latihan, pengolahan, pemikiran, dan kehadiran tertentu lainnya. Oleh karena itu Koentjaraningrat (1986) menyebutkan proses internalisasi

bersifat pribadi. Puncak proses yang mengerucut pada setiap pribadi inilah yang diupayakan bersama seluruh komponen masyarakat dan pemerintah dalam menggugah *awareness* atau kesadaran individu akan eksistensi batik sebagai identitas kulturalnya. Mengutip sabda dalam Ingkang Sinuwun Kanjeng Susuhunan Pakoe Boewono X dari Keraton Surakarta, “Rum Kuncaraning Bangsa Dumunung Haneng Luhuring Budaya” yang artinya harumnya nama dan tingginya derajat suatu bangsa terletak pada budayanya.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari pembahasan mengenai batik sebagai *cultural identity* bangsa Indonesia diatas, maka peneliti menarik kesimpulan dan menawarkan saran sebagai berikut:

a. Kesimpulan

Berkenaan dengan warisan budaya adilluhung berupa seni batik, maka eksistensi batik mengalami pasang surut dalam pencarian dan penemuan identitas kulturalnya. Kesadaran akan identitas kultural ini melalui proses panjang dimulai dari *unexamined cultural identity*, *cultural identity search* sampai dengan *cultural identity achievement*. Saat ini, Indonesia telah mencapai *cultural identity achievement* dengan dikukuhkannya batik sebagai

intangible culture dari Indonesia oleh UNESCO.

Pencapaian *cultural identity achievement* ini mendapatkan tantangan dari globalisasi yang mengusung panji-panji kapitalisme. Dengan adanya gempuran dahsyat budaya asing yang mengalir dalam derasnya globalisasi, maka bangsa Indonesia sudah sepatutnya mengambil sikap yakni mempertahankan nilai-nilai dan *beliefs system* melalui karya seni batik yang menjadi ciri khas bangsa Indonesia karena batik merupakan identitas, penjelasan strata sosial, bahasa kebudayaan, spiritualitas manusia, penemuan teknologi, dan perjalanan suatu peradaban yang menjadi identitas bangsa Indonesia.

b. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti menawarkan dua saran yaitu

1. Kajian mengenai batik seyogyanya dimasukkan di kurikulum pendidikan yang masuk dalam pelajaran seni sehingga generasi penerus bangsa mengetahui sejarah batik, pasang surutnya batik dan bahkan sampai praktik membatik.
2. Menumbuhkan kesadaran akan pentingnya identitas kultural yang menjadi ciri khas suatu bangsa di era globalisasi

dengan menggandeng institusi pendidikan dalam mengenalkan dan mensosialisasikan seni batik yang diharapkan akan tumbuh rasa ikut memiliki.

PERSANTUNAN

Penelitian ini terlaksana berkat dukungan dana penelitian dari Direktorat Pembinaan Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan Nasional dalam Program Penelitian Dosen Pemula melalui kontrak perjanjian pelaksanaan penelitian antara LP3M dengan Peneliti No. 179/LP3M.UNIBA/PEMULA/SP/PENELITIAN/2016.

DAFTAR PUSTAKA

- Biomantara, Rai; Martini Dewi. 2014 "Analisis Skala Ekonomis Pada Industri Kain Batik di Kota Denpasar." *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* Vol.3, No. 11, November 2014.
- Chandler, Michael J. 2014. "On being Indegenous: An Essay on the Hermeneutics of 'Cultural Identity.'" *Human Development*. Switzerland. Vol. 56, No.2, pp 83-97
- Creswell, John W, 2007. *Qualitative Inquiry and Research Design. Choosing: Among Five Approaches*. Second Edition. Thousand Oaks. London. New Delhi: Sage Publications, Inc.
- Hardjonagoro KRTIH. 1999. *Motifs and Meanings in Batik: Spirit of Indonesia*. Judi Achjadi Ed. Jawa Barat. Yayasan Batik Indonesia
- Haryanto, Jony Oktavian; Priyanto, Sony Heru. 2014. "Recent Future Research in Consumer Behavior : A Better Understanding of Batik as Indonesian Heritage." Proquest Research Library. *Researchers World* Vol 4 Ed. 4 10 April 2014.
- Lindholm, Charles. 2007. *Culture and Identity: The history, Theory,, and Practice of Psychological Anthropolgy*. Oneworld Publications. Oxford-England.
- Moersid, Ananda Feria. 2013. "Re-invasi Batik dan Identitas Indonesia di Arena Pasar Global" *WIDYA*. Volume 1 Nomor 2. Juli-Agustus 2013.
- Nurainun, Heriyana; Rasyimah. 2008. "Analisis Industri Batik di Indonesia." *Fokus Ekonomi*, Desember 2008, Vol 7. No.3.
- Oparinde, Suleiman Sunkanmi. 2012. "Batik as a Cultural Identity of the Yoruba: Hand Colouring Techniques and Applications Possibility of Adaptations." *Journal of Arts, Science and Commerce* Vol III Issue 2 (3) April 2013.
- Ritchie, Jane and Jane Lewis. 2003. *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Student and Researchers*. London. Thousand Oaks. New Delhi. Sage Publications Ltd.
- Shepard, B and Hayduk, R. 2002. *From ACT Up to WTO: Urban Protest and Community Building in the Era of Globalization*. London: Verso. England.
- Sularso, 2009. *60 Tahun Gabungan Koperasi Batik Indonesia*. Koperasi Pusat Gabungan Koperasi Batik Indonesia. Jakarta.

Sutrisno. 2012. "Tinjauan Sosial Terhadap Berkurangnya Tenaga Pematik Pada Industri Batik." *Journal of Economi Education* 1 (1) 2012.

Suseno, Franz Magnis. 1985. *Etika Jawa*. Gramedia. Jakarta.

Van Roojen, Pepin. 2001. *Batik Design*. Singapore: The Pepin Press.

Voicu, Christina Georgiana. 2013. "Cultural Identity and Diaspora"

Philobiblon. Vol. 18, No. 1, pp. 161-174

Widagdo. 2001. "Pendidikan Tinggi Seni Rupa Dalam Wacana Global" Makalah. Bandung ITB.

Situs:

<http://m.tempo.co>. News. 2013/05/04

www.solopos.com.2013/03/21

www.desperindag.pamekasankab.go.id