

## Perubahan Esensi Ragam Hias “Sepak Bola” pada Batik Masa Kini

### The Essence’s Transformation of “Football” Decoration on Batik Today

Michael HB Raditya

ISI Yogyakarta

michael.raditya@gmail.com

+628568780707

#### Abstrak

Dewasa ini, perkembangan batik semakin masif dalam keberadaannya. Di satu sisi eksistensinya semakin terjaga, di sisi lain terjadi perubahan pada batik. Dua tahun terakhir, Batik ragam hias sepak bola muncul dan menjadi sebuah komoditas oleh para perajin batik. Kemunculan batik ragam hias sepak bola ini menjadi sebuah dilematis tersendiri. Persoalan tersebut muncul karena terdapat pro dan contra pada perkembangannya. Persoalan estetika dan komoditisasi muncul terkait tujuan dari perubahan ini. Terlebih mempertanyakan esensi dan eksistensi dari batik tersebut. Pada artikel ini, batik ragam hias sepak bola akan ditelaah berdasarkan esensi dan perubahan. Pembahasan esensi pada batik akan ditelaah dengan estetika dan komoditisasi, sedangkan pada perubahan akan ditelaah dengan fungsi dan perubahan itu sendiri. Hal ini dimaksudkan untuk melihat esensi dari ragam hias sepak bola pada batik. Telaah yang didapat, bahwasanya pada batik ragam hias sepak bola lebih mengedepankan komoditisasi dibanding estetika batik itu sendiri. Perubahan terjadi karena berkorelasinya perubahan internal dan eksternal pada batik yang berintegrasi. Telaah ini menjadi refleksi terhadap masyarakat atas batik secara khusus, dan seni secara umum.

**Kata kunci:** Batik, Sepak Bola, Transformasi, Komoditisasi, Esensi

#### Abstract

*The Essence’s Transformation of “Football” Decoration of Batik Today. Nowadays, batik has a massive development in its existence. In primary side, the existence more strong, but in other side batik had been changed. About Two years ago, Batik football decorative emerged and become a commodity by the batik artisans. The position of batik football decorative has become a dilemma. The issues made because there are many support and counter for that development. The issue about aesthetics and commoditization was creating by purpose of this change. Moreover, questioning the essence and existence of batik itself. In this article, batik football decorative will be discussed based on the essence and change. The discussion about essence will be analyze with the aesthetic and commoditization perspective, while the changes would be discussed with the function and change itself. This thing did it to find the essence of batik football decorative. Conclusion of the research said the batik football decorative used a commoditization and decrease the aesthetic things to create the batik itself. The change occurs because there is a correlation between internal and external aspect on integrated of batik. The Analyze becomes a reflection to society, in batik for spesific, and arts in general view.*

**Keywords:** Batik, Football, Transformation, Commoditization, Essence

## A. Pendahuluan

*In recent years, the art of batik has come into vogue again, revitalized and invigorated, and it is now being practiced by artists and accepted as a legitimate medium for large scale wall decorations, as well as for articles of clothing or interior accessories. It is being used extensively in con-temporary design where transparency is a vital factor; batik hangings are excellent space dividers and light plays a great part in their effectiveness.*

**Nik Krevitsky, *The Art of Batik Today***

Popularitas batik pada beberapa tahun belakangan mengalami lonjakan yang signifikan. Secara eksplisit, keadaan ini dibuktikan dari penggunaan batik bagi khalayak umum. Tidak ada lagi stigma batik yang kuno atau nampak tua jika seorang individu mengenakan batik sebagai busananya. Hal ini senada dengan pernyataan Krevitsky di atas, bahwa batik telah melampaui masa kejayaan dengan alasan revitalisasi dan penyegaran para perajin batik, yang menjadikan batik tidak hanya digunakan untuk berbusana saja, tetapi juga diterapkan pada beberapa hal di sekitar kita, seperti: *wallpaper* dalam dekorasi, aksesoris, barang-barang interior, dan pelengkap pakaian. Pernyataan Krevitsky menjelaskan bahwa batik telah diformulasikan ke dalam segala bentuk penggunaan. Implikasi yang muncul dari beragamnya bentuk batik menunjukkan bahwa batik terjaga eksistensinya dalam mengikuti kontekstual jaman dengan segala bentuk permintaan dan penyesuaian. Ide dan gagasan tersebut menjadikan batik semakin mendapatkan perhatian dan tempat tersendiri dalam kehidupan masyarakat kini.

Baik secara sadar atau tidak disadari oleh khalayak, terbentuklah pembiasaan atas penggunaan batik dalam kehidupan sehari-hari. Pembiasaan tercipta karena ada daya yang terus menerus terjadi. Pembentukan atas tindakan dari kebiasaan menciptakan tindakan tidak sadar dalam melakukannya, atau disebut otomatis. Dalam hal ini batik sering digunakan dan dilihat dalam keberlangsungannya, sehingga masyarakat telah

terbiasa dalam penerapannya. Ketika batik sudah terbiasa digunakan dalam bentuk apapun, stigma negatif—stigma kuno dan tua— akan semakin pudar dan terbentuk stigma baru atas batik. Bahwa batik dapat digunakan dalam berbagai kepentingan dan tidak terbatas dalam bentuk. Hal ini sangat berbeda jika ide dan gagasan atas pembebasan bentuk terkait batik dicanangkan beberapa dekade lalu. Ide dan gagasan dianggap sangat gegabah bahkan mentah-mentah ditolak, karena adanya anggapan merusak sakralitas batik dalam nilai.

Kebebasan dalam menggunakan Batik—sebagai elemen dalam pembuatan bentuk—menciptakan daya kreativitas yang tinggi bagi para perajin dan pembuat batik. Ketika kebebasan dipunya oleh para pelaku seni—dalam hal ini pembatik, perajin batik dan kreator batik—maka kreativitas yang tidak terbatas terbentuk. Keleluasaan bagi para perajin memberikan ruang tersendiri bagi keberlangsungannya. Biasanya, setiap kreativitas akan bergesekan dengan nilai atau stigma yang ada. Keterkaitan antara kreativitas dan stigma sangatlah mendasar dalam wujud perubahan. Dalam hal ini batik sebagai sebuah manifestasi budaya mengalami perubahan. Kreativitas dari para perajin batik membentuk produktifitas yang beraneka ragam.

Keberagaman jenis produksi secara eksplisit menjelaskan bahwa batik tidak terbatas pada bentuk apapun, sehingga secara implisit menegaskan bahwa daya konsumsi terhadap batik semakin tinggi. Ketika daya konsumsi atas batik tinggi, maka pembiasaan atas batik semakin intensif. Intensifitas penggunaan batik membentuk pembiasaan dan penubuhan kepada batik itu sendiri. Pembiasaan baru membentuk stigma bahwa batik dapat dipadu-padankan dan digunakan tidak terbatas dalam ruang, waktu dan bentuk. tetapi juga berimplikasi pada nilai batik. Masyarakat yang sudah mengenal batik tanpa adanya filter penggunaan menciptakan kebebasan nilai. Hal ini dapat dibuktikan dari penggunaan batik yang pada awalnya sebagai busana saja, kini digunakan dalam segala macam bentuk.

Terbiasa dalam segala macam bentuk membuat nilai sakralitas batik itu sendiri semakin dipertanyakan. Penilaian atas menguat dan

melemahnya sakralitas batik itu berkorelasi dengan kualitas dan kuantitas. Pada satu sisi terdapat anggapan bahwa sakralitas akan menguat jika kuantitasnya tinggi, tetapi anggapan di lain sisi menguatkan bahwa sakralitas akan melemah jika kuantitas tinggi tanpa kontrol yang jelas. Kuantitas tinggi akan memberikan ruang eksistensi tersendiri, tetapi terdapat sebuah anomali yakni kuantitas tinggi biasanya tidak memperhatikan kualitas. Ketika kualitas tidak diperhatikan maka esensi dari sebuah hal tidak didapat, yang didapatkan adalah stigma baru dengan penyesuaian kondisional baru. Jika pada batik stigma lama yang terkandung adalah kekunoan, maka karena intensitas yang tinggi dengan kondisional yang baru, stigma yang terkandung adalah batik kekinian. Lantas, batik kekinian dapat disimpulkan sebagai batik yang diinisiasi oleh kondisional yang ada. Kondisional yang terjadi adalah frekuensi masyarakat mengenal batik sudah tinggi, dapat digunakan siapa saja, dan terdiferensiasi dalam bentuk apapun.

Tulisan ini merujuk pada sebuah studi kasus yang terjadi pada keadaan batik kini. Akhir tahun 2012 muncul sebuah jenis batik variasi, yakni perpaduan antara motif batik dengan emblem atau lambang sebuah klub sepak bola. Bentuk dari desain batik tersebut adalah motif batik yang ditiban lambang klub sepak bola tertentu di beberapa bagian pakaian. Asumsi yang muncul adalah intensitas yang tinggi pada masyarakat terhadap batik seakan menyalahgunakan batik tersebut, tetapi di lain sisi hal ini merupakan upaya kreativitas dari para designer ataupun pengrajin batik. Sebuah dilematis muncul terkait batik dengan ragam hias sepak bola. Dilema terdapat pada paradoksa yang muncul dari batik dengan ragam hias sepak bola. Lantas, dalam tulisan ini akan mengangkat esensi batik sepak bola itu sendiri, menilik lebih lanjut atas batik ragam hias sepak bola secara lebih mendalam. Beberapa hal yang ditelusuri lebih lanjut adalah posisi batik sepak bola atas komoditisasi dan estetika, terkait dengan eksistensi batik itu sendiri.

Dalam menelaah permasalahan, teori yang digunakan untuk membongkar esensi dan eksistensi. Teori utama yang digunakan dalam menelaah eksistensi adalah Teori Perubahan dan

kontinuitas milik Boskoff, dengan tambahan pemahaman dari Feldman. Sedangkan untuk menilik esensi batik ragam hias sepak bola akan memadu-padankan konsep komoditisasi dan estetika. Dengan penerapan beberapa pemikiran penulis juga memperkuat data dalam menguak permasalahan yang ada. Adapun metode yang digunakan dalam pencarian data, metode yang digunakan adalah metode penelitian etnografi, metode penelitian sejarah dan metode penelitian seni dalam mengintepretasikan batik ragam hias sepak bola. Spreadley (2007:xxi) berpendapat bahwa etnografi merupakan metode yang menemukan dan menggambarkan organisasi pikiran dari manusia yang di dalamnya terdapat kebudayaan. Teknik pengumpulan data kualitatif menjadi pilihan yang tepat dalam mengumpulkan data.

Metode lainnya adalah Metode penelitan Sejarah, Kuntowijoyo (2008:10) menjelaskan bahwa penjelasan sejarah adalah *hermeneutics* dan *verstehen* (menafsirkan dan mengerti), penjelesan sejarah adalah penjelasan tentang waktu yang memanjang dan penjelasan tentang peristiwa tunggal. Sumber data akan berasal dari kajian pustaka, yakni buku, artikel, jurnal, tulisan ilmiah. Metode penelitan seni dikhususkan pada bentuk dari batik ragam hias sepak bola tersebut. Padu-padan tiga metode diatas dianggap bisa menjelaskan secara rinci terkait batik ragam hias sepak bola ini. Hasil temuan akan menjadi refleksi dalam melihat esensi dan eksistensi batik sebagai sebuah manifesto kebudayaan.

## B. Pembahasan

### 1. Batik dan Keberadaannya

Telaah atas perkembangan pada batik akan memberikan perspektif terhadap awal kemunculan hingga keberadaannya kini. Kata perkembangan digunakan untuk melihat posisi batik kini, perubahan sudah menjadi jaminan ketika membicarakan perkembangan, tetapi tidak sebaliknya. Perkembangan pada batik tidak dapat ditampik lagi, menilik dari awal hingga kini, terdapat perubahan bentuk, motif, ruang, penggunaan, fungsi dan guna dari Batik itu

sendiri. Sebelum ke ranah diakronis, telaah batik secara terminologi dianggap perlu untuk menilik perubahan yang terjadi. Pada mulanya tidak ada pengertian batik secara konvensional, para peneliti yang melakukan beberapa riset sebelumnya saling berpendapat atas batik itu sendiri. Menurut Haryono (2008:81) menyatakan bahwa penulisan kata batik dalam bahasa Jawa mestinya *'bathik'* dan dalam pengucapannya dengan bahasa Indonesia juga seperti dalam bahasa Jawa. Berbeda dengan penulis lainnya, seperti Hidayat dan Widjanarko (2008), Honggopuro (2002), Koentjaraningrat (1994), Rouffaer dan Juynboll (1914) dan beberapa penulis menyatakan bahwa batik bermula dengan nama batik itu sendiri.

Asal mula penamaan Batik tidak terbentuk begitu saja, terdapat artian dan esensi yang mendalam. Haryono (2008:81) menyatakan bahwa penelusuran air kata batik banyak memakai model *'kereta basa'* yaitu berasal dari kata *'ngembat titik'* atau *'rambating titik-titik'* dalam pengertian bahwa batik merupakan proses rangkaian dari titik-titik. Sedangkan Hidayat dan Widjanarko (2008:610) menyimpulkan bahwa:

kata batik berasal dari 'ba' dari kata tiba, dan 'tik' dari kata nitik, jadi tiba dan nitik. Raffles mengatkan bahwa kata batik berhubungan dengan kata titik (bahasa Indonesia) dan Malaysia memiliki kata *dot, drop* atau menunjukan *point*. Adapun sumber lain mengatakan batik berasal dari kata 'amba' yang berarti menulis atau menggambar titik.

Dari kedua pernyataan diatas, dapat menjelaskan bahwa artian batik adalah persoalan titik dalam artian penerapan, perlakuan dan proses pengerjaan.

Beranjak menuju artian batik yang lebih luas, Haryono (2008:81) menyatakan bahwa batik adalah suatu gambar yang berpola motif dan coraknya dibuat secara khusus dengan menggunakan teknik tutup-celup. Haryono disini lebih menegaskan kepada teknik pembuatan. Sedangkan Shadily (1990) menyatakan bahwa batik adalah suatu cara untuk melukis di atas kain dengan cara melapisi bagian-bagian yang tidak berwarna dengan lilin yang juga disebut malam.

Shadily dalam artiannya lebih menjelaskan pada objek dari materi pembuatan. Berbeda dengan Suyanto (2002:2), menyatakan bahwa batik adalah gambar yang dihasilkan dengan menggunakan alat canting atau sejenisnya dengan bahan lilin sebagai penahan masuknya warna. Suyanto lebih menekankan pada subjek dari materi pembuatan. Secara pembakuan nasional, Syafrina (1996:1) menyatakan bahwa seni kain yang menggunakan proses perintang lilin atau malam sebagai bahan media untuk menutup permukaan kain dalam proses pecelupan warna. Dari beberapa pernyataan diatas, dapat ditarik sebuah garis lurus bahwa batik merupakan sebuah aktifitas pembuatan menggunakan sebuah canthing yang mengaplikasikan teknik tutup-celup dengan cara melapisi bagian dengan 'malam' atau proses pencelupan warna pada sebuah kain.

Dari simpulan nama batik diatas, secara eksplisit menjelaskan bahwa proses pembuatan batik membutuhkan: malam (alami dan buatan), kain (mori, katun, sutera, dll), dan canthing (manual dan cap). Aktifitas membuat menggunakan canthing untuk menghias kain dengan malam membentuk sebuah pola-pola tertentu. Pola tertentu pada kain membentuk motif-motif pada batik, tetapi motif pada batik disesuaikan dengan fungsinya. Menurut Haryanto (2008:88) motif ragam hias terdiri dari ragam geometrik, ragam fauna, ragam flora, tetapi pada batik mengingat batik digunakan untuk keperluan ritual, seremonial dan domestik, maka ragam hias batik berkaitan dengan harapan atau keinginan manusia. Alhasil, dapat diyakini bahwa motif batik merupakan motif yang esensial. Senada dengan pernyataan Haryanto, Sri Sultan Hamangku Buwana X (1990:7) menyatakan bahwa:

Di Kraton Yogyakarta, Seni Kerajinan batik berhubungan erat dengan adat-istiadat dan upacara-upacara keagamaan. Motif-motif tertentu biasa digunakan untuk keperluan upacara daur hidup, upacara pernikahan agung. Penggunaan batik dengan motif tertentu diharapkan dapat menolak bala, membawa keberuntungan, kemakmuran, dan kebahagiaan bagi pemakainya.

Motif pada batik mempunyai pesan dan makna yang terkandung di dalamnya. Motif pada kain batik merupakan representasi nilai yang baik dalam kehidupan.

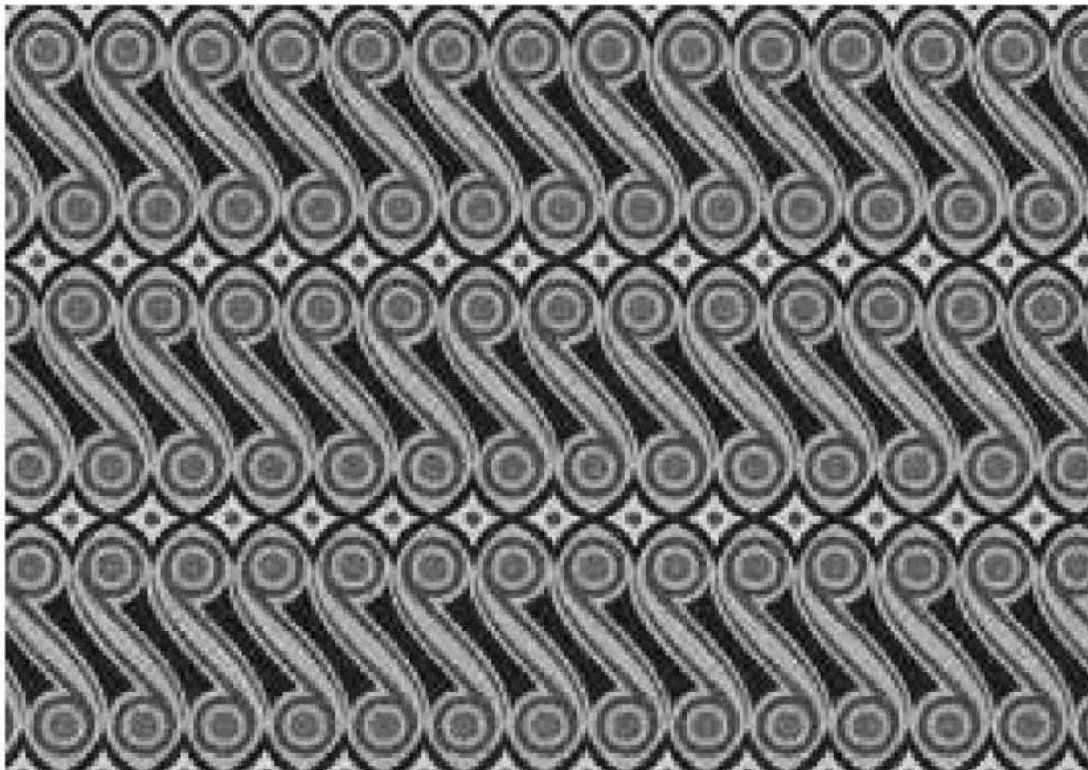
Nilai-nilai seperti menolak bala, membawa keberuntungan, kemakmuran dan kebahagiaan merupakan bentuk harapan dari sebuah kekuasaan, yang notabene distribusi batik berada pada lingkungan raja dan Kraton. Ismadi (2010:3) menyatakan bahwa

Awalnya seni kerajinan batik merupakan kebudayaan yang terbatas dalam kraton saja dan hasilnya berupa kain untuk pakaian raja dan keluarga raja serta para pengikutnya. Ragam dan corak warna juga terbatas, beberapa corak hanya boleh dipakai oleh kalangan tertentu dinamakan batik tradisional. Batik tradisional dipakai dalam upacara-upacara adat, karena biasanya masing-masing corak memiliki perlambangan masing-masing.

Secara jelas dapat dilihat bahwa batik digunakan oleh kaum ningrat, hal tersebut direpresentasikan pada beberapa motif-motif

khusus. Pernyataan Ismadi secara eksplisit menjelaskan bahwa ada beberapa motif atau corak yang boleh dipakai oleh kalangan tertentu saja. Setiap motif pun mempunyai maksud dan tujuan yang berbeda-beda. Adapun beberapa contoh yang dikemukakan oleh Ismadi (2010:4) Jenis-jenis motif tersebut misalnya: parang rusak, semen gedhe, kawung dan udan riris biasa dipakai oleh para bangsawan dan abdi dalem dalam upacara-upacara garebeg, pasowan, dan menerima tamu agung. Dari pernyataan tersebut, secara eksplisit motif batik juga menentukan derajat dan posisi dari si pengguna batik. Senada dengan Ismadi, Laksmi (2008:9) turut menyatakan bahwa: Motif batik terdiri dari berbagai macam ornament ragam hias di mana kehadiran motif hias juga dapat menjelaskan lambang atau golongan kepangkatan ataupun status si pemakai batik tersebut. Keberadaan batik sangat kompleks, pernyataan Ismadi dan Laksmi secara eksplisit menjelaskan bahwa batik merupakan representasi kuasa.

Selain itu, batik tersusun dari ragam-ragam yang menyatu membentuk sebuah pola yang menjadi motif tertentu dalam keberadaannya.



**Gambar1:**  
salah satu contoh motif batik  
(tabloidbo.com, 23/01/2015)

Motif pada batik tidaklah terbentuk berdasarkan nilai pada fungsi saja, tetapi terdapat nilai keindahan di dalamnya. Gustami (2000:31-32) menyatakan bahwasanya ciri-ciri kebudayaan Keraton (budaya ageng) ialah bersifat halus dan *sophisticated* dengan selera dan gaya yang rumit, ngeremit, ngrawit, kaya keindahan. Dari pernyataan Gustami, secara eksplisit dapat dilihat bahwa motif yang terbentuk merupakan padanan dari hal yang rumit, penuh selera dan dengan nilai-nilai keindahan di setiap motifnya. Hal tersebut dapat terlihat dari salah satu kain batik dibawah ini:

Dari gambar diatas menjelaskan bahwa motif yang terbentuk berisikan sebuah ragam hias dengan pola yang sama. Motif diatas sangat terbentuk berdasarkan keindahan dan kemewahan tertentu, sehingga posisi motif pada batik tidak dapat dianggap sebelah mata. Terdapat pesona dalam keindahan yang terbentuk pada motif-motif pada batik. Motif pada batik terbentuk berdasarkan fungsi dan kelas dengan diikuti nilai keindahan yang tatkala luput dari esensi dari batik itu sendiri.

Batik dalam penggunaan dan perkembangannya kini lebih banyak digunakan untuk perangkat pada busana, seperti halnya kain bawahan, tutup kepala dan pakaian. Hal tersebut secara jelas dapat dilihat kini, yakni pada penggunaan batik yang didominasi pada busana kemeja. Bahkan batik menjadi busana formal pada setiap acara tertentu. Penggunaan batik yang semakin masif didasarkan pada perkembangan pada batik itu sendiri. Perkembangan yang masif membuat setiap daerah mempunyai motif batik sebagai sebuah ciri khas. Hal ini didukung oleh pernyataan Ismadi (2010:5) menyatakan bahwa

Penggunaan batik menyebar karena batik yang dahulu digunakan oleh kerabat atau pengikut kraton, banyak dari mereka yang tinggal di luar kraton, maka kesenian batik ini dibawa oleh mereka keluar kraton dan dikerjakan di tempatnya masing-masing. Berjalannya waktu, batik yang tadinya hanya menjadi pakaian keluarga kraton, menjadi pakaian rakyat yang digemari baik wanita maupun pria, tua maupun muda.

Pernyataan Ismadi diatas menjelaskan secara rinci bagaimana awal persebaran batik itu sendiri, persebarannya terjadi dari kerabat atau pengikut Kraton yang tinggal di luar Kraton, sehingga tercipta keinginan untuk membuat dan mengembangkan batik dengan gaya setempat. Telah terproduksinya batik di luar Kraton membuat pasar tersendiri. Seperti pada pola ekonomi, ketika terdapat produksi maka akan timbul pola konsumsi. Maka yang terjadi adalah batik di luar Kraton dikonsumsi oleh kalangan bebas, sehingga masyarakat umum mempunyai batik dan pendistribusiannya tersebar luas. Adapun persebaran penciptaan batik itu sendiri yakni, Yogyakarta, Surakarta, Banyumas, Lasem dan Pekalongan, dan muncul beberapa tempat lainnya.

Batik merupakan manifestasi budaya yang terus berkembang dan terjaga eksistensinya hingga kini. Menilik persebaran batik yang masif, menjadi koheren bila membahas keberadaan batik itu sendiri. Keberadaan batik diperkirakan sudah ada sejak lama, Ismunadar menyatakan (1985:11) bahwasanya perkembangan batik telah ada sebelum Belanda menginjakkan kaki di bumi nusantara, hal itu terlihat pada patung-patung dewa di candi-candi dan seolah-olah sudah memakai kain batik. Senada dengan Ismunandar, Hidayat dan Widjanarko (2008:608) menyatakan bahwa batik di Indonesia telah ada sejak Zaman Sriwijaya, sementara di tiongkok pada zaman dinasti sung atau tang. Jika dirunut pada tahun zaman Sriwijaya yang berkuasa sejak tahun 600an, dengan menilik Wolfram (1950:4) terkait dinasti Tang tahun 618 dan dinasti Sung tahun 960. Maka keberadaan batik telah berlangsung sejak sekitar tahun 500-600an. Jika merunut pada tahun Belanda dengan kolonialisasinya. Bila seorang individu mempercayai mitos 350<sup>th</sup> Indonesia dijajah, berarti secara jelas terlihat bahwa keberadaan batik sudah berkembang sejak lama, bahkan tertera pada candi-candi dan patung dewa di Indonesia.

Membicarakan asal dari batik itu sendiri, Haryono (2008:82) menyatakan bahwa batik tidak asli dari Indonesia, tetapi batik berasal dari turki, melewati mesir, terus ke Parsi dan

akhirnya dibawa masuk ke nusantara. Kebudayaan pada dasarnya memang tidak ada yang bersifat absolut. Burke (2009:51) menyatakan *all cultures are involved in one another, none is single, and pure, all are hybrid, heterogeneous*. Hal ini tidak dapat dipungkiri melihat daya upaya manusia yang dinamis, sehingga sangat sulit ketika mengidentifikasi suatu hal sebagai sesuatu yang otentik dan original. Terkait dengan budaya yang terhibridasi, Raditya (2013:13) menyatakan bahwa dalam pembentukan hibriditas tidak hanya nilai global saja yang bercampur, tetapi nilai lokal juga menjadi unsur kuat dalam proses pembentukan hibriditas. Global dan lokal bercampur menjadi satu kesatuan membentuk nilai baru yang tidak meninggalkan kedua nilai percampuran, tetapi memperkaya. Pernyataan Raditya diatas secara eksplisit menjelaskan bahwa manifestasi budaya terbentuk karena adanya pembauran budaya, dan tidak menutup kemungkinan terjadi juga pada batik. Senada dengan Raditya, Bratasiswara (2000:87) menyatakan bahwa pada abad ke 15 kerajinan batik menuju ke arah keindahan setelah mendapat pengaruh dari India, Cina dan Arab. Melanjutkan Bratasiswara, Haryono (2008:82) menyatakan bahwa pada abad 17 hingga 20 terjadi interaksi antara Indonesia dengan dunia barat, hal ini dapat dilihat dengan penggunaan warna baru, pewarna kimia dan kain mori yang beragam. Dari beberapa pernyataan diatas menjelaskan bahwa batik dan perkembangannya dipengaruhi oleh kebudayaan luar. Kebudayaan luar tersebut tidak hanya pada materi pembuat batik tetapi pada gaya pembuatan batik.

Batik dalam keberlangsungannya mengalami masa-masa keemasan, keemasan disini adalah masa dimana batik diterima dan menjadi media kolektif masyarakat. Dari ulasan di atas, menjelaskan bahwasanya penggunaan batik tadinya hanya untuk beberapa kalangan saja, tetapi dengan menyebarnya batik tersebut, terlebih masyarakat terbiasa melihat. Baik secara sadar ataupun tidak sadar, masyarakat menginginkan hal yang serupa. Terlebih para pengguna batik –kerebat kerajaan yang diberikan dan dibawa pulang oleh mereka– di beberapa tempat akhirnya memproduksi secara massal. Masyarakat akhirnya dapat mengenakan

batik dalam kehidupan sehari-hari. Tak dapat dipungkiri beberapa dekade lalu, batik sangat sakral dan tidak sembarangan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan penggunaan batik untuk kalangan terbatas saja dalam tataran masyarakat umum, contohnya untuk generasi tua atau perkantoran. Alhasil yang stigma tercipta pada realitas tersebut adalah batik sebagai busana formal yang digunakan untuk generasi tua. Dalam penggunaan batik ditujukan untuk acara formal, seperti halnya pernikahan, reunion, pelantikan dan acara-acara penting pada siklus hidup manusia. Penulis juga mengalami pengalaman empiris serupa, tidak semua orang bisa mengakses batik sebagai busana, entah karena stigma yang melekat atau biaya produknya yang terlampau tinggi. Namun, yang jelas antara permasalahan biaya produk atau stigma semakin paradoks dalam posisinya.

Perkembangan batik yang sedemikian masifnya kini, sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan politik dalam bernegara pada masa lampau. Kontekstual sangat berpengaruh terhadap perkembangan teksnya, Batik. Hal tersebut dimulai sejak awal kemerdekaan bangsa Indonesia. Stephenson (1993:111) menyatakan bahwa:

Nationalism and a pride in Indonesian traditions following the declaration of Indonesian independence in 1949 has also influenced batik. Under Sukarno, the first president of the new republic, the government assisted the batik industry through the establishment of cooperatives. Sukarno promoted batik as national dress and, aided by batik designer Hardjonagoro, encouraged the development of Batik Indonesia, a style incorporating North Coast colors and Central Javanese patterns. While this helped forge the identification of batik with the new republic.

Batik sudah diusung sejak kemerdekaan Indonesia oleh Bapak Proklamator kita, Sukarno. Sukarno menggalakan Industri Batik untuk mencapai di level *top* produksi. Sukarno bahkan mempromosikan batik sebagai pakaian nasional. Batik dianggap sebagai pembentuk identitas

bangsa. Beranjak dari pemerintahan Sukarno, pada zaman Suharto, Stephenson (1993:111) menyatakan bahwa: Suharto, *the president of Indonesia since 1968, popularized batik as formal dress for men, promoting open-collar batik shirts over Western-style jackets and ties*. Batik pada zaman Suharto diusung sebagai pakaian formal, dan artinya Suharto melanjutkan pengembangan batik sebagai sebuah manifestasi budaya. Suharto juga mulai mengusung untuk menjadikan batik layaknya pakaian barat, seperti jaket, atau dasi. Pengembangan pada batik semakin masif tidak terbatas pada satu bentuk

Penggunaan batik didasarkan pada pen-distribusian batik itu sendiri. Batik Indonesia merupakan komoditas ekspor yang besar. Secara eksplisit menjelaskan bahwa penggunaan batik sebagai busana tidak hanya digunakan oleh masyarakat Indonesia saja, tetapi masyarakat Dunia. Dari catatan sejarah yang sudah diulas, dijelaskan bahwa pengenalan batik sudah dilakukan sejak dulu oleh masyarakat asing. Wibisono (2012:14) menyatakan bahwa terdapat *l'Exposition Universelle* (Pameran Semesta) yang digelar di Paris sejak 1889 yang memamerkan barang-barang kolonial di Dunia barat. Pernyataan wibisono meyakinkan bahwa pengenalan produk dalam negeri seperti batik sudah dikenali oleh masyarakat luar dengan adanya pameran kolonial tersebut. Berawal pada pengenalan batik sejak dulu, Haryono (2008:82) turut menambahkan keyakinan bahwa batik terkenal di dunia luar, khususnya Belanda. Batik dikenal tidak terbatas pada masyarakat lokal, tetapi pada masyarakat global. Beberapa contoh penggunaan batik oleh tokoh-tokoh dunia seperti, Nelson Mandela, Kofi Annan, Obama, dan beberapa tokoh dunia lainnya. Pembiasaan ini terbentuk sejak dahulu, dengan memberikan batik kepada kerabat kerajaan, sehingga terbentuk hingga kini walaupun pendistribusiannya sekarang menggunakan jalur ekspor.

Penggunaan batik yang digunakan tidak hanya oleh masyarakat lokal tetapi global turut memberi stimulant tersendiri bagi pengguna batik. Beberapa dekade lalu batik mulai digunakan secara masif oleh semua golongan. Dahulu, Batik digunakan harus dipasangkan dengan celana

bahan, jika tidak akan mengundang protes dari sebagian orang. Beberapa dekade setelahnya, batik bisa digunakan dengan celana jeans, atau celana pendek, tanpa ada larangan. Batik semakin bebas dalam penggunaan. Penggunaan batik oleh masyarakat semakin menaik dengan didaulatnya pada 2 Oktober 2009 sebagai hari Batik Nasional oleh UNESCO. UNESCO mendaulat batik sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan non bendawi. Masih sangat membekas pada pengalaman empiris penulis bahwasanya setelah didaulat pada 2 Oktober 2009 yang jatuh pada hari Jum'at. Secara serempak setiap hari jumat, masyarakat luas mengenakan batik dalam rangka merayakan hari jadi tersebut. Sangat jelas teringat bahwa setiap orang mengenakan batik setelah pendeklarasian oleh UNESCO. Secara eksplisit menjelaskan bahwa batik semakin berkembang, tetapi secara implisit menjelaskan bahwa naiknya intensitas penggunaan batik didasarkan pada konstelasi tertentu.

Mengangkat persoalan kontekstual, terjadi implikasi yang besar pada perkembangan batik tersebut. Sejak tahun 2012 silam, terdapat sebuah gagasan baru yang terealisasi oleh para produsen terhadap batik. Tahun tersebut mengawali munculnya batik ragam hias sepak bola. Kemeja batik yang tertera logo, emblem, dan tokoh sepakbola pada media batik tersebut. Bisa dibayangkan bentuk batik tersebut? Atau jangan-jangan anda sedang mengenakannya.

### **1. Batik + Sepak Bola = Batik Ragam Hias Sepak Bola**

Kontekstual yang terjadi pada batik sangat berpengaruh dan semakin membentuk batik dari hari ke hari, dalam konteks ruang dan waktu. Sebenarnya hal ini dianggap sebagai sebuah dilematis tersendiri, beberapa perspektif menganggap perihal ini sebagai wujud kreativitas dan mengembangkan, tetapi perspektif lainnya menganggap perihal ini sebagai wujud perubahan, mengurangi estetis dan seakan dipaksakan. Walaupun dilematis terus terjadi, tetapi dalam ranah penerapan, wujud batik terus berubah. Salah satu dari perubahan yang terjadi adalah pada penambahan ragam pada motif batik. Pada hal ini penambahan ragam tersebut berbentuk:





Gambar2:

Lambang dari Negara Inggris (kiri) dan lambang dari klub Barcelona (kanan)(pinterest.com, 23/01/2015)

Percampuran antara motif batik dan emblem sebuah klub dan Negara pada perihal sepak bola terjadi sejak tahun 2012. Ketika euforia sepak bola sedang dominan, para pengusaha batik kelas menengah dan bawah membuat sebuah terobosan baru dengan mengkombinasikan kedua hal tersebut. Sepak bola pada keberlangsungannya memang tidak dapat dipungkiri kepopulerannya.

Sepak bola merupakan cabang olahraga terpopuler di negeri ini. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri, baik ketika menyaksikan tim lokal atau Negara sendiri bermain, maupun klub atau Negara asing bermain. Sepak bola dianggap sebagai olahraga yang dimiliki bersama oleh segenap masyarakat. Pernyataan serupa diungkapkan Stratton (2004:1)

*Association football, otherwise known as soccer, the most popular global sport with millions of male and females participating the game. The production line of young footballer operates non-stop either each individual having dreams and aspiration of ‘making it to the top’ and emulating his/her superheroes.*

Sepakbola yang ditonton jutaan khalayak bahkan mengkonstruksi para penontonnya untuk menjadi yang mereka idolakan. Penampilan yang superior dan berkapasitas tinggi dari tim juga para pemain menjadi sebuah komoditi idola bagi masyarakat. Sepakbola menjadi olahraga terpopuler yang ada di muka bumi, hal tersebut terwujud ketika *event* sepak bola baik bertaraf lokal –seperti Liga Indonesia, Piala Asia, AFF, dll– maupun yang bertaraf internasional –seperti Champion League, Euro Cup, World Cup, dll– dihelat. Sepakbola dengan *event-event* yang dihelat menjadi komoditas populer untuk masyarakat. Hal tersebut juga diyakinkan oleh Soemanto bahwa:

Tampaklah bahwa jagat pertandingan sepak bola bukan saja dihadirkan sebagai peristiwa olahraga, olah tubuh untuk mengucurkan keringat, atau tidak hanya suatu deskripsi tentang pertandingan dua tim untuk memperebutkan piala, tetapi suatu peristiwa budaya pop yang mampu menarik perhatian ratusan bahkan ribuan juta manusia seluruh dunia. (2008:11)

Kepopuleran sepakbola menjadi superior, terlebih ketika *event* paling bergengsi dalam olahraga dihelat. Pernyataan Soemanto secara eksplisit mengatakan bahwa sepakbola tidak lagi sebagai ajang adu kekuatan, kepiawaian dalam mengolah bola kaki dan memasukannya ke gawang lawan. Sepak bola telah menjadi sebuah budaya populer yang dinikmati oleh jutaan pasang bola mata. Popularitas dari sepakbola semata-mata tidak hanya berasal dari permainan bola kaki saja, tetapi lebih dari itu. Popularitas sepakbola terbentuk karena terdapat perasaan emosi-emosi yang terkandung didalamnya.

Serupa dengan pernyataan diatas, bahwa sepakbola tidak lagi menyajikan pertandingan si kulit bundar, Anwar menyatakan:

Sepakbola seperti menghasilkan magis yang mengajak untuk tenggelam dalam intensitasnya yang menggugah emosi penonton. Peristiwa terjadinya gol dalam olahraga ini begitu penting banyak orang yang dapat menangis dan teriak kegirangan saat menyaksikannya (2012:87).

Perasaan menangis, teriak, tertawa, bahagia dimediasi dalam sebuah pertandingan. Mereka yang menang akan sangat bangga, dan yang kalah akan sangat menyesal dan sedih. Sepak bola dapat menstimulasi emosi para penonton dalam keberlangsungannya. Emosi para penonton untuk membela Negara atau tim kesayangan menumbuhkan perasaan seperti nasionalisme yang kuat. Dapat dikatakan sepak bola memberikan stimulant dan implikasi yang kuat pada mental dan jiwa para penonton.

Beberapa anggapan terkait Sepak Bola memang secara eksplisit memberikan gambaran yang kuat terhadap kepopuleran olahraga tersebut. Sepak bola tidak dimiliki seorang individu, tetapi dimiliki secara kolektif. Berkaitan dengan para perajin batik, retorik-retorik yang esensial seperti ini yang memberikan porsi tersendiri sebagai landasan pengkombinasian agar terjadi. Sebenarnya dalam ranah kreativitas, pemanfaatan atas sumber daya yang esensial seperti pada batik dan sepak bola, merupakan kombinasi yang ideal. Namun dalam

pelaksanaan, sedikit terkesan gegabah ketika kedua unsur tersebut dicampur tanpa pemikiran yang kuat. Percampuran ragam sepak bola pada motif batik seperti berikut:

Dari gambar 3, secara jelas memperlihatkan lambang sepak bola sebagai bagian dari motif batik dengan ragam hias sepak bola, baik dengan kesan sedikit memaksakan atau sebaliknya. Pada gambar kiri, paduan yang terjadi antara motif batik jawa dan lambang atau emblem klub sepak bola. Dapat terlihat bahwa yang menarik pada batik diatas adalah padu-paduan desain dan tata letak. Warna antara batik dan klub sepak bola juga menjadi hal yang menarik. Antara emblem yang satu ke emblem yang lain berjarak 15cm, dapat dibayangkan terdapat ada beberapa emblem pada batik tersebut. Beranjak pada gambar tengah, gambar tengah ini sudah berbentuk kemeja, dengan emblem Negara Inggris di posisi perut dan dada sebelah kiri dengan ukuran yang lebih kecil. Pada *background*, motif batik bercampur dengan Bendera Inggris di belakangnya. Padu-paduan bisa dianggap terlalu ramai karena terdapat ketakutan atas efektifnya penempatan emblem-emblem tersebut. Pada gambar kanan, merupakan variant paduan motif kontemporer dengan paduan gambar klub sepak bola di bagian kiri bawah dengan bentuk yang besar, dan gambar seorang pemain sepak bola yang membujur dari kanan atas hingga kanan bawah. Lantas, bagaimana batik diasumsikan sebagai batik, jika perpaduan yang terjadi seperti ini.

Dalam penggunaannya dari sisi ekonomi,



Gambar 3:

gambar padanan batik dengan klub sepak bola (kiri), padanan batik dengan emblem Negara (tengah), dan padanan batik dengan klub dan bintang sepak bola (kanan)

(agoezzitem.blogspot.com; pinterest.com, 23/01/2015)

batik dengan lambang sepak bola mengundang kontroversi tersendiri. Sebuah harga sudah ditetapkan untuk produk batik tersebut, sekitar Rp.35.000-Rp.250.000 menjadi harga yang ditawarkan pada konsumen. Perbedaan harga terletak pada kain, desain dan warna. Menurut masyarakat, baik yang melihat, membeli dan mengenakannya, terdapat sebuah wacana dekadensi yang terjadi. Menurut salah satu pengguna batik ragam hias sepak bola, Sandy mengatakan:

Menurutku batik ini bagus kok, ada gambar sepak bola, asik kok, anak muda banget, tapi ya emang tidak bisa dipakai secara formal, kaya untuk nikahan dan rapat. Ini membuktikan kalau aku suka bola dan berbudaya. (Juni 2014)

Dalam tataran ini Sandy sebagai pengguna batik ragam hias sepak bola secara eksplisit menyukai batik tersebut karena terkesan muda, *trendy* dan *funky*. Namun di sisi lain Sandy menyadari bahwasanya batik yang digunakan sebagai pakaian formal tidak direpresentasikan pada batik sepak bola tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa batik tersebut mengalami dekadensi pada wacana penggunaan. Berbeda dengan Sandy, Fela mengatakan bahwa

Aku kurang suka, estetikanya kurang, kurang serasi, dipaksa banget, batik itu teknik bukan motif. Kurang enak dilihat, seakan nabrak-nabrak, aku ga tau kenapa tuh ada yang beli. Batik ya batik, baju bola ya baju bola. (Juni 2014)

Pernyataan Fela merupakan *counter* terhadap batik ragam hias sepak bola. Fela dalam mengamati batik ragam hias sepak bola kurang menyetujui atas gagasan kombinasi antara motif pada batik dan ragam hias sepak bola. Menurutnya, tidak adanya kesesuaian pada desain dan warna pada batik. Tidak ada estetika yang dipikirkan dalam meletakkan emblem atau lambang sepak bola. Pernyataan Fela secara bisa saja merupakan pernyataan implisit bahwa pada batik terdapat sebuah estetika. Ketika dipasangkan dengan lambang, emblem, gambar atau karakter dalam sepak bola akhirnya terkesan memaksakan karena tidak adanya pemikiran

atas estetika yang dihasilkan kembali. Persoalan reproduksi estetika menjadi permasalahan utama bagi variasi pembuatan batik.

Dari kedua pernyataan dapat disimpulkan bahwa terjadi dekadensi terhadap nilai pada batik, penggunaan pada batik, dan estetika dari batik itu sendiri. Sebenarnya, tidak terdapat kesalahan atas varian pada batik. Bila dilihat dalam perspektif kreativitas, hal ini merupakan wujud perkembangan. Dalam ranah esensi, fungsi dan estetika, hal ini merupakan wujud perubahan. Ketika dalam ranah perkembangan secara otomatis memuat kontens perubahan, tetapi tidak terjadi dalam ranah perubahan karena dalam ranah perubahan belum tentu memuat kontens perkembangan.

## 2. Batik: Antara Komoditisasi atau Estetika

Mendefinisikan dan mencoba menguak bentuk dari Batik ragam hias sepak bola, secara eksplisit menjelaskan bahwa terjadi persoalan estetika. Lantas, ketika estetika tidak terjalin pada batik, maka dapat terdeteksi bahwasanya komoditisasi terjadi pada batik ragam hias sepak bola. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Aan:

Ya kalau bagi saya sih, yang penting laku kejual, toh barang saya banyak yang terjual. Mau dibilang bagus atau jelek, ya terserah, yang penting ada yang beli. Apalagi kalau lagi musim sepak bola tuh, kaya *champion* sama *worldcup*, lancar urusan, laku dagangan. (Mei 2014)

Pernyataan Aan, membuktikan bahwa batik dengan lambang sepak bola menjadi komoditas sehingga produksi dilakukan tanpa mengutamakan estetika dan aturan-aturan yang ada. Estetika dan komoditisasi, merupakan penyederhanaan konsep *art for art* dan *art for mart*. Estetika lebih mengedepankan nilai seni itu sendiri ketimbang pasar, sedangkan komoditisasi lebih mengedepankan pasar daripada nilai seni yang ada.

Adapun pengertian estetika dan komoditisasi itu sendiri, sebelum memulai penelaahan terhadap batik dengan lambang sepak bola. Pada dasarnya, estetika merupakan hal yang mengedepankan

nilai keindahan sebagai poin utama. Sumardjo (2010:33) mengatakan bahwa:

Seni yang halus, yang transenden itu tidak bernama, tidak bisa dikatakan. Logika dan estetika berbeda, logika selalu mereduksi estetika dan estetika dimiskinkan oleh logika. Sedang sumber pengalaman seni itu ada intuisi manusia, di bawah sadarnya. Seni itu irasional.

Secara eksplisit Sumardjo menyatakan bahwasanya estetika bukan bagian dari logika, lebih pada pikiran bawah sadar, pengalaman, dan intuisi. Bahkan estetika merupakan tahapan selanjutnya dari logika. Hal ini menjadi jelas jika batik ragam hias sepak bola ditelaah dengan nilai estetika. Selanjutnya, Kant Hobart dan Kapferer mengartikan estetika sebagai (2005:5):

*Aestheticics does not merely concern art but rather lies at the heart of the critical understanding of the human project as a whole. And its about embodied and sensory. Art or what is defined as art engages aesthetic processe but is not their necessary or ultimate expression. The aesthetic is primary. The aesthetics forms are what human beings are already centered within as human beings.*

Kant dalam kajiannya menyatakan bahwa, estetika lebih mengenai penubuhan dan pengalaman sensorial manusia. Sebuah hal yang dikaitkan sebagai seni, mengalami proses estetik yang penuh dengan ekspresi. Lebih secara rinci Kant (1979:501) mejelaskan:

Estetika merupakan efek yang termasuk pengalaman estetis adalah efek emosional. Kant mengatakan bahwa persoalan estetis tidak bersifat logikal, tapi terkait dengan perasaan kenikmatan atau ketidaknikmatan yang bersifat subjektif (1979:501)

Estetika merupakan persoalan pengalaman yang terkait pada emosional seorang individu ataupun kelompok. Estetika merupakan tahapan dari proses pengolahan berdasarkan perasaan, seperti halnya kenikmatan dan sebaliknya. Sifat yang bersifat subjektif menjadi kekuatan utama

dari estetika tersebut terbentuk. Melanjutkan dari pernyataan Kant, Estetika menurut Eagleton (1990:3) merupakan:

*Aesthetic is thus always a contradictory, self-undoing sort of project, which in promoting the theoretical value of its object risks emptying it of exactly that specificity or ineffability which was thought to rank among it most precious features. The very language which elevates art offers perpetually to undermine it.*

Pernyataan Egleton, dapat dimaksudkan bahwa estetika merupakan sesuatu yang intuitif, tetapi sudah terjadi pada habitus manusia sebagai individu.

Estetika merupakan sebuah nilai gagasan intuitif dari sebuah karya dan ciptaan. Ciptaan yang menggunakan sesuatu yang disebut intuitif. Semua berdasarkan kenikmatan akan seni itu sendiri, sesuatu yang lebih mengedepankan emosi, jiwa dan perasaan dalam melihat sebuah hal. Estetika merupakan telaah lebih dalam terhadap proses intuitif pada sebuah karya. Pada dasarnya estetika tidak selalu merujuk pada terma keindahan yang harafiah, keindahan pun mempunyai artian yang kompleks dalam perkembangannya kini. Estetika pun dapat diartikan sebagai sesuatu yang tidak indah, layaknya yang dikemukakan oleh Karl Rozenkranz atas estetika keburukan (Hauskeller, 2015:57). Dari hal tersebut, terbetik beberapa hal penting akan estetika, bahwa estetika tidak lagi merujuk pada indah atau buruk sebuah karya. Gagasan dan penerimaan akan karya seni lah sebagai pengejawantahan estetik. Selain itu estetika mempunyai implikasi yang bermanfaat untuk masyarakat, baik secara langsung maupun sebaliknya.

Praduga lainnya terhadap batik ragam hias sepak bola adalah pada komoditisasi. Komoditisasi tidak dapat dipungkiri keberadaannya, selain batik sudah menjadi komoditi, percampuran dengan ragam hias sepak bola merupakan bentuk komoditas baru. Pada dasarnya komoditisasi menurut Appadurai (1986:4) adalah:

*Economic exchange creates value. Value is embodies in commodities that are exchanged.*

*Focusing on the things are exchanged, rather than simply on the forms or functions of exchange, make it possible to argue that what creates the link between exchange and value is politics, construed broadly. Commodities like persons, have social lives.*

Dari pernyataan Appadurai menjelaskan bahwa komoditisasi sama seperti manusia, dimana mempunyai nilai pada kehidupan sosial. Appadurai menekankan pada nilai pertukaran komoditas itu sendiri, terdapat nilai yang dipertukarkan. Seperti contoh, transaksi barter pada zaman sekarang, ketika seorang konsumen membeli sesuatu dengan harga mahal, barang itu memang mempunyai nilai yang mahal juga. Komoditisasi lebih mengedepankan rasa daripada estetis semata. Hal tersebut serupa batik ragam hias sepak bola, harga tidak menjadi soal seiring dengan nilai barang, dan pada hal ini batik ragam hias sepak bola tidak hanya menjual nilai batik itu sendiri, tetapi menjual komoditas lain yakni sepak bola.

Telaah yang lebih dalam terhadap komoditas menurut Appadurai, adalah pada *counter*-nya terhadap Marx. *Counter* tersebut diarahkan pada pernyataan bahwa perputaran pada komoditas selalu berhubungan dengan uang semata. Appadurai menilai ada beberapa hal yang esensial yang bekerja di luar ranah uang, yakni sosial arena dari benda tersebut. Secara rinci, Appadurai mengklasifikasikan komoditas pada empat spesifikasi, yakni komoditas berdasarkan destinasi, metamorphosis, diversion dan ex-comodities. Komoditas berdasarkan destinasi merupakan pertukaran antara barang yang benar-benar murni akan di jual, sedangkan pada *metamorphosis* merupakan pertukaran antara barang yang mempunyai arti pada sebuah tempat karena mengalami proses *metamorphosis*. Pada komoditas diversifikasi merupakan pertukaran antara barang yang mengalami metamorfosis dan mengalami diversifikasi, dan yang terakhir, Ex-comodities merupakan pertukaran antara barang yang dipertukarkan ke tempat lain.

Dari penjabaran antara estetika dan komoditisasi, Batik ragam hias sepak bola dalam tata

letak kurang memperhatikan aspek estetika dalam penciptaan. Konstelasi dari batik ragam hias sepak bola sudah sangat jelas memperlihatkan bahwa produksi batik tersebut diproduksi secara massal karena alasan *event* sepak bola tertentu. Ketika membicarakan proses produksi yang dikaitkan dengan alasan tertentu, sangat menakutkan ketika permintaan akan bermacam-macam pada ranah produksi. Produksi yang disandarkan pada kepentingan permintaan akan berpangkal pada kemauan si empunya kepentingan saja. Dalam tataran ini dapat disimpulkan bahwa yang terjadi pada batik ragam hias sepak bola tidak didasarkan pada nilai-nilai estetika sebagai landasan dalam proses produksi. Barang yang diproduksi tidak mementingkan esensi dari barang tersebut, tetapi lebih pada kehadiran semata. Estetika merupakan sebuah penggalian terhadap pengalaman emosional tertentu. Pada batik ragam hias sepak bola, memang tidak dapat dipungkiri nilai pada batik dan sepak bola mengandung emosi tertentu. Namun perpaduan yang terjadi antara keduanya tidak membentuk emosional yang setara dengan nilai benda ketika berdiri tunggal. Sepak bola mempunyai estetika dalam keberlangsungannya, demikian juga dengan batik.

Dapat disimpulkan bahwa produksi batik ragam hias sepak bola disandarkan pada nilai komoditisasi semata. Jika halnya batik ragam hias sepak bola mengenakan estetika sebagai landasan produksi maka tata letak, pemikiran warna, dan desain menjadi media yang diperhatikan sangat rinci dalam pembuatan. Terdapat nilai yang mendalam yang berada di luar akal sehat. Adanya kesan indah dalam sebuah produk yang mengusung estetika. Sedangkan dalam tataran komoditisasi, batik ragam hias sepak bola terdapat pertukaran nilai yang dibentuk. Penggabungan dua nilai yang kuat, yakni sepak bola dan batik sebagai komoditas bagi konsumen. Dalam komoditisasi mengedepankan rasa yang ada, hal ini sangat nampak terlihat pada keberadaan batik ragam hias sepak bola yang mendominasi pasar ketika *event* sepak bola sedang digelar. Adanya kesamaan rasa, sehingga tidak perlu memperhatikan estetika dari barang, tetapi kesamaan atau moment tertentu.

Komoditisasi tidak menjual esensi atau estetika, tetapi menjual “ke dalam rangkaian” sesuatu dan permintaan atas kepentingan.

Jika dihubungkan dengan telaah komoditiasi lebih lanjut, batik ragam hias sepak bola membuktikan bahwa komoditas terbentuk atas jenis barang. Dalam penerapannya, batik mengalami proses komoditas *metamorphosis*. Komoditas *metamorphosis* menerapkan batik tidak terproduksi seperti biasanya, tetapi terdapat variasi pada ragam hias. Terjadi pembauran, terjadi perkembangan. Benda mengalami *metamorphosis* dari bentuk satu ke bentuk lain dengan konteks yang kuat dibelakangnya. Pada hal ini batik ragam hias sepak bola merupakan hasil *metamorphosis* dari pengkombinasian materi pada motif yakni batik dan sepak bola. Terlebih perubahan tersebut didasari oleh konteks yang kuat, dimana komoditas batik ragam hias sepak bola melonjak dalam permintaan jika dihelat *event* sepak bola. Batik ragam hias sepak bola merupakan komoditi baru, beberapa kalangan menyatakan kontra-nya, tetapi beberapa kalangan lainnya menyatakan dukungannya dengan cara membeli batik tersebut. Menilik perkembangan industri sandang yang masif, batik ragam hias sepak bola menjadi trend dan mempunyai pangsa pasar tersendiri dalam tingkat konsumerisme masyarakat yang terus melonjak. Batik ragam hias sepak bola didasari dengan proses komoditisasi dalam keberlangsungannya.

#### 4. Transformasi dan Kontinuitas pada Batik

Transformasi dan kontinuitas, atau lebih dikenal dengan perubahan dan keberlangsungan merupakan kerangka pasti dalam menilik manifestasi budaya yang ada. Dibarengi dengan sifat manusia yang dinamis, setiap budaya pasti akan terus berubah. Gesekan kebudayaan dan kebutuhan seakan tidak pernah lekang dari sifat budaya itu sendiri. Sebuah kebudayaan akan terus terjaga konsistensinya bila kebudayaan itu mempunyai fungsi dan makna pada masyarakat. Jika sebaliknya, maka kebudayaan akan tergerus dengan kebudayaan lain. Sebuah alternatif ditawarkan ketika kebudayaan antara satu dengan

yang lain berbaur adalah hibriditas. Hibriditas menjadi beberapa jalan keluar jika kebudayaan baru berbaur dengan kebudayaan lama. Menilik lebih jauh antara perpaduan terjadi, fungsi dalam setiap kebudayaan pasti ada. Menjadi rerotis kosong ketika kebudayaan tercipta tanpa adanya makna dan fungsi itu sendiri. Dalam penerapannya, fungsi dielaborasi pada seni itu sendiri, sehingga fungsi dan seni terbentuk membentuk satu kesatuan.

Sebagaimana awal dari seni itu sendiri, seni sangat dibutuhkan dan berfungsi pada masyarakat. Feldman (1967:3) menjelaskan bahwa terdapat setidaknya tiga kebutuhan yang dialokasikan pada seni itu sendiri, yakni: 1). Kebutuhan atas individu tentang ekspresi personal; 2). Kebutuhan atas sosial untuk keperluan *display*, perayaan dan komunikasi; 3). Kebutuhan atas fisik terkait barang dan bangunan yang bermanfaat. Tiga kebutuhan esensial ini yang membentuk seni berdasarkan fungsinya. Keberadaan seni tiada arti jika tidak didasarkan kepada kebutuhan manusianya. Seperti yang diungkap Feldman bahwa kebutuhan tersebut terbentuk karena adanya kepentingan personal dan kolektif. Kebutuhan personal didasarkan pada kebutuhan dalam berekspresi diri. Seni merupakan tempat seorang individu dapat merefeksi dan berekspresi. Sedangkan, pada kebutuhan kolektif, seni didasarkan kepada kepentingan kolektif, seperti perayaan, komunikasi, propaganda, dll. Di sisi lain ‘ke-bentuk-an’ seni juga menjadi sangat esensial. Pada hal ini, batik ragam hias sepak bola menjadi representasi dari kebutuhan personal dan kolektif. Batik ragam hias sepak bola merupakan wujud ekspresi diri dari sebagian orang, dan digunakan secara kolektif ketika menonton atau merayakan *event* sepak bola.

Melanjutkan pemikiran Feldman terkait atas personal dan kolektif, pada kolektifitas terdapat fungsi yang kuat terhadap sosial masyarakat setempat. Setelah fungsi berangkat dari kebutuhan personal, maka fungsi kolektif atau fungsi sosial diyakini menjadi alasan yang utama untuk seni dapat terus terjaga eksistensinya. Menurut Feldman (1967:4) terdapat tiga fungsi sosial, yakni:

- 1) Seni untuk menunjukkan kecenderungan dalam mempengaruhi tingkah

laku kolektif masyarakat banyak. 2) Seni diciptakan untuk dilihat atau dimanfaatkan dalam lingkungan tertentu. 3) Seni mengungkapkan segi-segi kehidupan sosial atau kolektif, bukan semata-mata hanya menyajikan pengalaman pribadi saja. Mengungkap eksistensi sosial atau kolektif sebagai lawan dari bermacam-macam pengalaman personal maupun individual.

Dari fungsi sosial yang diungkapkan oleh Feldman, fungsi sosial merupakan fungsi yang esensial pada seni. Setidaknya, seni dapat mempengaruhi secara kolektif, seni dapat bermanfaat untuk kelompok atau lingkungan tertentu, dan terakhir bahwa seni dapat menggambarkan kehidupan sosial yang ada. Menurut fungsi yang dijelaskan Feldman, batik ragam hias sepak bola dapat menjadi representasi kelompok, mewakili kelompok dan menggambarkan keadaan dari kebudayaan yang ada.

Merunut pada ranah yang lebih spesifik, seni terbagi atas ranah pertunjukan dan ranah rupa. Ranah rupa juga terbentuk dari rupa murni dan kerajinan. Pembagian secara spesifik tetap mengedepankan fungsi dalam keberadaannya. Feldman (1967:4) menyatakan bahwa fungsi seni kerajinan dapat dibagi menjadi 3 antara lain:

- 1) Fungsi fisik, suatu ciptaan yang dapat berfungsi sebagai alat,
- 2) Fungsi sosial, karya seni mencari dan cenderung mempengaruhi perilaku kolektif, karya seni diciptakan untuk dilihat dan dipahami dalam situasi umum, karya seni mengekspresikan aspek sosial atau kolektif.
- 3) Fungsi personal, sebagai alat ekspresi pribadi, namun tidak semata-mata berhubungan dengan emosi pribadi.

Pada dasarnya fungsi kerajinan sama dengan fungsi seni secara umum. Dimana kebudayaan, perspektif sosial dan personal menjadi fungsi utama dari seni itu sendiri. Batik ragam hias sepak bola mempunyai kebudayaan, yang menjadi representasi kelompok dan personal dalam keberlangsungannya.

Telaah fungsi pada seni terkait batik ragam

hias sepak bola merupakan wujud dari keberadaan seni itu sendiri. Ketika benda tersebut mempunyai kesesuaian fungsi dengan fungsi seni kerajinan itu sendiri, maka keberadaan batik ragam hias sepak bola bukanlah permasalahan. Seperti yang diungkap sebelumnya, bahwasanya bentuk batik ragam hias sepak bola bisa dikatakan berkembang atau berubah. Perubahan dari satu bentuk ke bentuk yang lain tetap didasarkan pada fungsi-fungsi yang ada, sehingga perubahan tersebut tetap terjaga dan bermanfaat untuk masyarakat. Dari keadaan yang ada, memang nampak terlihat bahwa terjadi perubahan motif pada batik, yakni dengan adanya ragam hias sepak bola. Bila dikaitkan dengan pandangan Boskoff terkait dengan perubahan, perubahan terjadi karena perubahan dari sosial budaya yang ada. Boskoff (1964:143-147) menyatakan bahwa perubahan sosial terbagi dua, yakni perubahan eksternal dan perubahan internal. Perubahan eksternal merupakan perubahan budaya yang disebabkan oleh adanya interaksi dengan budaya yang berbeda, sedangkan perubahan internal merupakan perubahan yang terjadi karena stimulasi dari dalam masyarakat itu sendiri.

Menilik pernyataan Boskoff terkait perubahan secara internal dan eksternal, perubahan yang terjadi pada batik menjadi batik ragam hias sepak bola memang dapat ditelaah berdasarkan teori perubahan. Pada aspek eksternal, perubahan pada batik menjadi batik ragam hias sepak bola tidak dapat dipungkiri keberadaannya. Perajin batik harus terus mencari formulasi baru terhadap batik itu sendiri. Terlebih ada berapa banyak perajin batik yang berdiri secara independen, dan mereka harus mencari formulasi terkait produksi batik tersebut. Telaah lebih dalam adalah karena alasan ekonomi perubahan internal terjadi. Selain itu perubahan yang terjadi pada batik bila ditelaah secara internal, perubahan kebudayaan juga terjadi sejak zaman Suharto (lihat hal.10) dimana pemerintahan Suharto menginginkan batik lebih variatif dengan berbagai bentuk. Perubahan pada batik juga dapat dihubungkan dengan perubahan stigma yang ada, sehingga perubahan yang diusung dengan kreativitas semakin gencar dan penuh dengan berbagai macam variant.

Pada jenis perubahan secara eksternal, tidak dapat dipungkiri bahwa perubahan yang terjadi pada batik ragam hias sepak bola secara sepihak dapat dikatakan sebagai implikasi dari perubahan eksternal. Bagaimana tidak, percampuran yang terjadi pada batik adalah sepak bola. Menilik sepak bola yang bukan berasal dari kebudayaan setempat jelas merupakan perubahan eksternal. Terlebih ragam hias yang digunakan adalah lambang, emblem atau gambar dari Tim, Negara dan ikon sepak bola, yang jelas-jelas berasal dari budaya luar. Secara eksplisit dapat dikatakan bahwa interaksi budaya asli dengan budaya asing menciptakan sebuah perubahan eksternal yang terjadi pada batik. Maka, munculah batik ragam hias sepak bola yang menjadi komoditas pada batik itu sendiri. Perubahan secara eksternal dan internal saling berpengaruh dan menunjukkan secara jelas alasan perubahan pada batik menjadi dengan lambang sepak bola.

### C. Simpulan

Batik ragam hias sepak bola merupakan wujud perubahan pada batik itu sendiri. Perubahan terjadi karena alasan internal dan eksternal, internal ada pada masyarakat pemilik batik dan eksternal ada pada budaya luar. Perubahan didasarkan dengan alasan internal dan eksternal yang saling berkorelasi. Sebenarnya tidak menjadi permasalahan ketika perubahan terjadi, yang menjadi persoalan adalah wujud dari perubahan tersebut. Bila halnya dirunut dalam kajian fungsional, batik ragam hias sepak bola ini tetap mempunyai fungsi-fungsi seni yang dianut. Beberapa fungsi seni seperti representsatif personal dan kolektif-pun dimiliki oleh batik ragam hias

sepak bola ini. Pada keberlangsungannya, batik ragam hias sepak bola ini menimbulkan polemik tersendiri, terdapat perbedaan pendapat antara masyarakat yang mendukung dan masyarakat yang menolak. Terdapat anggapan bahwasanya perubahan yang terjadi pada batik ragam hias sepak bola merupakan wujud kreativitas yang ada. Hal ini memang dapat dirunut pada aspek perubahan eksternal. Namun, yang menjadi soal adalah pada batik ragam hias sepak bola, para pengrajin maupun *designer* batik tidak terlalu mementingkan estetika dan etika batik.

Estetika tidak menjadi landasan dalam pembuatan batik tersebut, tetapi hanya komoditas semata. Alhasil, dalam ranah ini kerajinan batik berada dalam lingkup *art for mart* dalam keberlangsungannya. Bila pasar menjadi landasan dalam berkreasi maka, esensi dan estetika akan direduksi. Kemungkinan terburuk adalah sakralitas tidak menjadi penting, dalam telaah yang lebih dalam kualitas pada batik menjadi nomer sekian, kuantitas lebih dihargai karena komoditas pasar. Lantas, bila halnya perubahan ini terus terjadi, bisa dibayangkan ketika terdapat permintaan yang tinggi atau terkait dengan *event* tertentu –seperti halnya politik–, batik atau kesenian apapun akan –seolah-olah– dipaksakan (baca:disandingkan). Bila halnya memproyeksi kedepan, apakah anda sebagai individu akan mengenakan motif batik dengan padanan ragam hias gambar tokoh politik atau semacamnya. Akan kemana arah kerajinan atau seni itu sendiri? Pada dasarnya tidak ada yang salah, semua kreativitas merupakan usaha yang sah jika tiap seni, kesenian atau kerajinan tetap memperhatikan esensi dan estetika dalam proses kreatif.



## Kepustakaan

### - Buku

- Anwar, Khoirul. 2012. *Euforia Sepakbola, Studi Semiotika dalam iklan Piala Dunia History of Celebration*. [Tesis]. Program Pascasarjana Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Gadjah Mada.
- Appadurai, Arjun. 1981. *Gastro-Politics in Hindu South Asia*. dalam *American Ethnologist*, 8 (3), 494–511
- Bratasiswara, Harmanto. 2000. *Bauwarna Adat Tatacara Jawa*. Jakarta: Yayasan Suryasumirat.
- Boskoff, Alvin. 1964. “Recent Theories of Social Change” dalam Warner J. Cahnman dan Alvin Boskoff, ed., *Sociology and History*. London: The Free Press of Glencoe.
- Burke, J.P. 2009. *Identity Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Eberhard, Wolfram. 1948. *A History Of China*. London: Routledge and Kegan Paul Ltd.
- Eagleton, Terry. 1990. *The Ideology of The Aesthetic*. Cambridge: Basil Blackwell
- Feldman, Edmun Burke. 1967. *Art as image and idea*. New Jersey: The University of Georgia Prentice Hall, Englewood Cliff.
- Gustami, Sp. 2000. *Studi Komparatif Gaya Seni Yogya, Solo*. Yogyakarta: Yayasan Untuk Indonesia.
- Hauskeller, Michael. 2015. *Seni- Apa itu?* Yogyakarta: Kanisius.
- Haryono, Timbul. 2008. *Seni Pertunjukan dan Seni Rupa dalam Perspektif Arkeologi Seni*. Surakarta: ISI Press Solo
- Hidayat, dan Widjanarko, 2008. *Reinventing Indonesia: Menemukan Kembali Masa Depan Bangsa*. Jakarta: Mizan
- Honggopuro, Kalinggo. 2002. *Batik sebagai Busana dalam Tantangan dan Tuntutan*. Surakarta: Yayasan Peduli Karaton Surakarta Hadiningrat.
- Ismadi. 2010. *Seni Kerajinan Batik Bayat Klaten Antara Tahun 1990-2010*. [Tesis]. Program Pascasarjana Pengkajian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa, Universitas Gadjah Mada.
- Ismunandar, RM. 1985. *Batik tradisional- Manca-negara*. Semarang: Pahara Prize.
- Kant, Immanuel, 1979. “Critique of the Aesthetical Judgment”, dalam W.E. Kennict, *Art and Philosophy Reading in Aesthetics*. New York: St. Martins Press.
- Kapferer, Bruce dan Hobart, Angela. 2005. *Aesthetic In Performance*. New York: Berghagn Books
- Kuntowijoyo. 2008. *Penjelasan Sejarah*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Koentjaraningrat, 1994. *Kebudayaan Jawa*. Jakarta: Balai Pustaka
- Krevitsky, Nia. 1964. *The Art of Batik Today. Art Education*, Vol. 17, No. 8 (Nov., 1964), pp. 33-35
- Laksmi, V. Kristiani Putri. 2008. Bentuk Fungsi dan Makna Simbolis Motif Kain Batik Sidomukti Gaya Surakarta. [Tesis]. Program Pascasarjana Pengkajian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa, Universitas Gadjah Mada.
- Shadly, Hasan. 1990. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Soemanto, Bakdi. 2008. “Sekapur Sirih” dalam Handoko, Anang. *Sepak bola tanpa batas*. Yogyakarta: Kanisius
- Spreadley, James P. 2007. Metode Etnografi. Terj Misbah Zulfa Elizabeth, Yogyakarta: PT. Tiara Wacana.
- Sri Sultan Hamengku Buwana X. 1990. ‘Pengantar’ dalam *Sekaring Jagad Ngayogyakarta Hadiningrat*. Jakarta: Himpunan Pecinta Kain Batik dan Tenun Wastraprema
- Stephenson, Nina. 1993. *The Past, Present, and Future of Javanese Batik: A Bibliographic Essay*. Art Documentation: Journal of the Art Libraries Society of North America, Vol. 12, No. 3, pp. 107-113

- Stratton, Garreth., Reilly, Thomas., etc. 2004. *Youth Soccer: From Science to Performance*. New York: Routledge
- Sumardjo, Jakob. 2010. *Eстетика Paradoks*. Bandung: Sunan Ambu Press
- Suyanto, A.N. 2002. *Sejarah Batik Yogyakarta*. Yogyakarta: Rumah Penerbitan Merapi.
- Syafrina, Fifin. 1996. *Pemanfaatan Teknik dan Desain Batik dalam berbagai Media serta Pemanfaatannya*. Jakarta: Fakultas Seni Rupa IKJ.
- Raditya, Michael HB. *Hibriditas Musik Dangdut dalam Masyarakat Urban*. Dalam Journal of Urban Society's Arts vol 13 no. 1 April 2013 (1-14)
- Rouffaer, G.P, dan H.H. Juynboll. 1914. *De Batikkunst in Nederlandsch-Indie en Haar Geschiedenis*. Jilid I-II. Utrecht: Oosthoek
- Wibisono, Joss. 2012. *Salang Silang Indonesia Eropa*. Jakarta: Marjin Kiri.

#### - Daftar Informan

No.	Nama Informan	Umur	Bulan Wawancara
1	Fela	23 tahun	Juni 2014
2	Sandy	28 tahun	Juni 2014
3	Aan	34 tahun	Mei 2014

#### - Rujukan Gambar

Gambar 1 <http://tabloidbo.com/?p=1735>

Gambar 2 <http://www.pinterest.com/pin/319755642264168087/>

Gambar 3 <http://bagoezzitem.blogspot.com/> dan <http://www.pinterest.com/pin/319755642264168087/>