

2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

2.1. Tinjauan Tentang Batik Indonesia

2.1.1. Pengertian Batik Indonesia

Batik Indonesia menjadi salah satu produk budaya paling dikenal dan diminati, baik masyarakat dalam negeri maupun manca negara. Batik sudah ada di Indonesia sejak nenek moyang terdahulu. Pada tahun 1945 misalnya, batik sudah dikenakan oleh Sultan Surakarta beserta keluarganya (*The Book of Batik*, Fiona Kerlogue, 2). Melalui motif-motifnya, batik seperti menyimpan suatu nilai dan makna tersendiri dari sejarah atau makna simboliknya, sebut saja batik Cirebon yang dipengaruhi aliran Cina, Arab dan kepercayaan Hindu. Masih banyak lagi batik lainnya dengan ciri khas masing-masing. Batik memiliki keunikan dan ketertarikan tersendiri sebagai produk seni budaya di Indonesia. Semenjak diakui oleh UNESCO sebagai warisan budaya Indonesia, hampir seluruh daerah di Indonesia mengembangkan potensi batik yang dimiliki.

Kebanggaan dan kesadaran untuk mempertahankan budaya Indonesia sebagai salah satu bentuk nasionalisme dengan dicanangkannya batik sebagai pakaian resmi nasional oleh pemerintah. Secara ekonomi, batik juga telah memberikan andil yang bersifat *multiplier effect*, baik terhadap Usaha Kecil dan Menengah maupun pada level perusahaan. Dalam perkembangannya juga terjadi kontroversi antara kebutuhan akan batik dan ketersediaan barang serta kompleksitas antara batik tulis dan batik printing (biasa disebut kain bermotif batik).

Motif batik menjadi unsur yang sangat menentukan karena dari motif itulah kita dapat mengetahui apakah sebuah batik memiliki 'roh' atau tidak. Motif batik juga menunjukkan darimana suatu batik berasal. Masing-masing wilayah memiliki ciri pembatikan tertentu baik dari segi motif, goresan canting, dan warna yang dihasilkan. Pengaruh motif dan gaya menggores canting terjadi karena saling melihta, meniru, dan interaksi sehari-hari dengan kondisi alam sekitar yang berlangsung berulang sehingga mampu melahirkan ciri tertentu. (BJT, xii).

Adapun beberapa pengertian tentang 'Batik' dari berbagai pakar, sebagai berikut:

- Pengertian batik menurut bahasa sendiri yang berasal dari bahasa Jawa Amba adalah menulis dan titik. Kata batik 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 Inggris disebut '*wax-resist dyeing*'
 - Disebutkan oleh Yudoseputro (98) bahwa batik berarti gambar yang ditulis pada kain dengan mempergunakan malam sebagai media sekaligus penutup kain batik. Selain itu, seorang ahli seni rupa mengemukakan bahwa seni batik merupakan hasil kebudayaan bangsa Indonesia yang tinggi nilainya. Karena itu sudah selayaknya ditingkatkan dan dikembangkan (dikutip dalam Widodo, 1).
 - Menurut Ibu Presiden Republik Indonesia, batik adalah jembatan kebudayaan.
 - Menurut Bapak Lintu Tulistyantoro, selaku Ketua KIBAS (Komunitas Batik se-Jawa Timur), batik adalah sebuah proses membuat titik, bukan sebuah produk; tidak sama artinya dengan kaos batik/tekstil bermotif batik.
- (15/2)

Proses Pembuatan Batik

Untuk batik dengan media kain pada proses pembuatannya terdapat beberapa langkah yang harus dikerjakan dalam pembuatan batik, diantaranya:

1. Pemotongan bahan baku (mori) sesuai dengan kebutuhan.
2. Mengetel: menghilangkan kanji dari mori dengan cara membasahi mori tersebut dengan larutan : minyak kacang, soda abu, tipol dan air secukupnya. Lalu mori diuleni setelah rata dijemur sampai kering lalu diuleni lagi dan dijemur kembali. Proses ini diulang-ulang sampai tiga minggu lamanya lalu di cuci sampai bersih. Proses ini agar zat warna bisa meresap ke dalam serat kain dengan sempurna.
3. Nglengreng: Menggambar langsung pada kain.
4. Isen-isen: memberi variasi pada ornamen (motif) yang telah di lengreng.

5. Nembok: menutup (ngeblok) bagian dasar kain yang tidak perlu diwarnai.
6. Ngobat: Mewarnai batik yang sudah ditembok dengan cara dicelupkan pada larutan zat warna.
7. Nglorod: Menghilangkan lilin dengan cara direbus dalam air mendidih (finishing).
8. Pencucian: setelah lilin lepas dari kain, lalu dicuci sampai bersih dan kemudian dijemur.

2.1.2. Sejarah Batik Indonesia

Menurut sejarah batik secara turun temurun dari nenek moyang kita zaman dahulu mengatakan bahwa membuat batik (membuat batik) adalah keterampilan yang kemudian menjadi mata pencaharian bagi kaum perempuan remaja dan dewasa waktu itu. Pada masa ini kondisi pembuatan batik masih masuk dalam taraf manual (menggunakan tangan) atau disebut dengan istilah canting. Sebelum akhirnya masuk zaman lebih modern yaitu ditemukannya pembuatan batik dengan media cap atau mesin. Untu pembuatan batik menggunakan media cap inilah memungkinkan peranan laki-laki untuk turun terjun didalamnya.

Mengenai asal mula Batik Indonesia, ada beberapa pendapat:

- **Ditinjau dari Sejarah Kebudayaan**

Prof. Dr. R.M. Sutjipto Wirjosuparta menyatakan bahwa sebelum masuknya kebudayaan India bangsa Indonesia telah mengenal teknik membuat kain batik (Widodo, 2).

- **Ditinjau dari Desain Batik dan Proses “Loax-resist Tehnique”**

Prof. Dr. Alfred Steinmann mengemukakan bahwa:

1. Telah ada semacam batik di Jepang pada zaman dinasti Nara yang disebut “Ro-Kechr”, di China pada zaman dinasti T’ang, di Bangkok dan Turkestan Timur. Design batik dari daerah-daerah tersebut pada umumnya bermotif geometris, sedang batik Indonesia lebih banyak variasinya. Batik dari India Selatan (baru mulai dibuat tahun 1516 di Palekat dan Gujarat) Adalah sejenis kain batik lukisan lilin yang

terkenal dengan nama batik Palekat. Perkembangan batik India mencapai puncaknya pada abad 17-19.

2. Daerah-daerah di Indonesia yang tidak terpengaruh kebudayaan India, ada produksi batik pula, misalnya di Toraja, daerah Sulawesi, Irian dan Sumatera.
3. Tidak terdapat persamaan ornamen batik Indonesia dengan ornamen batik India. Misal: di India tidak terdapat tumpal, pohon hayat, caruda, dan isen-isen cece serta sawut.

- **Ditinjau dari Sejarah**

Baik Prof. M. Yamin maupun Prof. Dr. R.M. Sutjipto Wirjosuparta, mengemukakan bahwa batik di Indonesia telah ada sejak zaman Sriwijaya, Tiongkok pada zaman dinasti Sung atau T'ang (abad 7-9). Kota-kota penghasil batik, antara lain: Pekalongan, Solo, Yogyakarta, Lasem, Banyumas, Purbalingga, Surakarta, Cirebon, Tasikmalaya, Tulungagung, Ponorogo, Jakarta, Tegal, Indramayu, Ciamis, Garut, Kebumen, Purworejo, Klaten, Boyolali, Sidoarjo, Mojokerto, Gresik, Kudus, dan Wonogiri (Widodo, 2-3).

Sejarah batik diperkirakan dimulai pada zaman prasejarah dalam bentuk prabatik dan mencapai hasil proses perkembangannya pada zaman Hindu. Sesuai dengan lingkungan seni budaya zaman Hindu seni batik merupakan karya seni Istana. Dengan bakuan tradisi yang diteruskan pada zaman Islam. Hasil yang telah dicapai pada zaman Hindu, baik teknis maupun estetis, pada zaman Islam dikembangkan dan diperbaharui dengan unsur-unsur baru (Yudaseputro, 97).

Sejarah pembatikan di Indonesia berkait erat dengan perkembangan kerajaan Majapahit dan penyebaran ajaran Islam di Tanah Jawa. Dalam beberapa catatan, pengembangan batik banyak dilakukan pada masa-masa kerajaan Mataram, kemudian pada masa kerajaan Solo dan Yogyakarta.

Jadi kesenian batik ini di Indonesia telah dikenal sejak zaman kerajaan Majapahit dan terus berkembang kepada kerajaan dan raja-raja berikutnya.

Adapun mulai meluasnya kesenian batik ini menjadi milik rakyat Indonesia dan khususnya suku Jawa ialah setelah akhir abad ke-XVIII atau awal abad ke-XIX. Batik yang dihasilkan ialah semuanya batik tulis sampai awal abad ke-XX dan batik cap dikenal baru setelah perang dunia kesatu habis atau sekitar tahun 1920. Adapun kaitan dengan penyebaran ajaran Islam. Banyak daerah-daerah pusat perbatikan di Jawa adalah daerah-daerah santri dan kemudian Batik menjadi alat perjuangan ekonomi oleh tokoh-tokoh pedangan Muslim melawan perekonomian Belanda.

Kesenian batik adalah kesenian gambar di atas kain untuk pakaian yang menjadi salah satu kebudayaan keluarga raja-raja Indonesia zaman dulu. Awalnya batik dikerjakan hanya terbatas dalam kraton saja dan hasilnya untuk pakaian raja dan keluarga serta para pengikutnya. Oleh karena banyak dari pengikut raja yang tinggal diluar kraton, maka kesenian batik ini dibawa oleh mereka keluar kraton dan dikerjakan ditempatnya masing-masing.

Lama-lama kesenian batik ini ditiru oleh rakyat terdekat dan selanjutnya meluas menjadi pekerjaan kaum wanita dalam rumah tangganya untuk mengisi waktu senggang. Selanjutnya, batik yang tadinya hanya pakaian keluarga kraton, kemudian menjadi pakaian rakyat yang digemari, baik wanita maupun pria. Bahan kain putih yang dipergunakan waktu itu adalah hasil tenunan sendiri.

Sedang bahan-bahan pewarna yang dipakai terdiri dari tumbuh-tumbuhan asli Indonesia yang dibuat sendiri antara lain dari: pohon mengkudu, tinggi, sogi, nila, dan bahan sodanya dibuat dari soda abu, serta garamnya dibuat dari tanah lumpur.

Batik Solo dan Yogyakarta

Dari kerjaan-kerajaan di Solo dan Yogyakarta sekitanya abad 17,18 dan 19, batik kemudian berkembang luas, khususnya di wilayah Pulau Jawa. Awalnya batik hanya sekadar hobi dari para keluarga raja di dalam berhias lewat pakaian. Namun perkembangan selanjutnya, oleh masyarakat batik dikembangkan menjadi komoditi perdagangan.

Batik Solo terkenal dengan corak dan pola tradisionalnya batik dalam proses cap maupun dalam batik tulisnya. Bahan-bahan yang dipergunakan untuk

pewarnaan masih tetap banyak memakai bahan-bahan dalam negeri seperti soga Jawa yang sudah terkenal sejak dari dahulu. Polanya tetap antara lain terkenal dengan Sidomukti dan Sidoluruh.

Sedangkan Asal-usul pematikan di daerah Yogyakarta dikenal semenjak kerajaan Mataram ke-I dengan rajanya Panembahan Senopati. Daerah pematikan pertama ialah di desa Plered. Pematikan pada masa itu terbatas dalam lingkungan keluarga kraton yang dikerjakan oleh wanita-wanita pembantu ratu. Dari sini pematikan meluas pada trap pertama pada keluarga kraton lainnya yaitu istri dari abdi dalem dan tentara-tentara. Pada upacara resmi kerajaan keluarga kraton baik pria maupun wanita memakai pakaian dengan kombinasi batik dan lurik. Oleh karena kerajaan ini mendapat kunjungan dari rakyat dan rakyat tertarik pada pakaian-pakaian yang dipakai oleh keluarga kraton dan ditiru oleh rakyat dan akhirnya meluaslak pematikan keluar dari tembok kraton.

Akibat dari peperangan waktu zaman dahulu baik antara keluarga raja-raja maupun antara penjajahan Belanda dahulu, maka banyak keluarga-keluarga raja yang mengungsi dan menetap di daerah-daerah baru antara lain ke Banyumas, Pekalongan, dan kedaerah Timur Ponorogo, Tulungagung dan sebagainya. Meluasnya daerah pematikan ini sampai ke daerah-daerah itu menurut perkembangan sejarah perjuangan bangsa Indonesia dimulai abad ke-18. Keluarga-keluarga kraton yang mengungsi inilah yang mengembangkan pematikan seluruh pelosok pulau Jawa yang ada sekarang dan berkembang menurut alam dan daerah baru itu.

Perang Pangeran Diponegoro melawan Belanda, mendesak sang pangeran dan keluarganya serta para pengikutnya harus meninggalkan daerah kerajaan. Mereka kemudian tersebar ke arah Timur dan Barat. Kemudian di daerah-daerah baru itu para keluarga dan pengikut pangeran Diponegoro mengembangkan batik. Ke Timur batik Solo dan Yogyakarta menyempurnakan corak batik yang telah ada di Mojokerto serta Tulung Agung. Selain itu juga menyebar ke Gresik, Surabaya dan Madura. Sedang ke arah Barat batik berkembang di Banyumas, Pekalongan, Tegal, Cirebon.

Perkembangan Batik di Kota-Kota Lain

Perkembangan batik di Banyumas berpusat di daerah Sokaraja dibawa oleh pengikut-pengikut Pangeran Diponegoro setelah selesainya peperangan tahun 1830, mereka kebanyakan menetap di daerah Banyumas. Pengikutnya yang terkenal waktu itu ialah Najendra dan dialah yang mengembangkan batik celup di Sokaraja. Bahan mori yang dipakai hasil tenunan sendiri dan obat pewarna dipakai pohon tom, pohon pace dan mengkudu yang memberi warna merah kesemuan kuning.

Lama kelamaan pembatikan menjalar pada rakyat Sokaraja dan pada akhir abad ke-XIX berhubungan langsung dengan pembatik didaerah Solo dan Ponorogo. Daerah pembatikan di Banyumas sudah dikenal sejak dahulu dengan motif dan warna khususnya dan sekarang dinamakan batik Banyumas. Setelah perang dunia kesatu pembatikan mulai pula dikerjakan oleh Cina disamping mereka dagang bahan batik.

Sama halnya dengan pembatikan di Pekalongan. Para pengikut Pangeran Diponegoro yang menetap di daerah ini kemudian mengembangkan usaha batik di sekitar daerah pantai ini, yaitu selain di daerah Pekalongan sendiri, batik tumbuh pesat di Buawaran, Pekajangan dan Wonopringgo. Adanya pembatikan di daerah-daerah ini hampir bersamaan dengan pembatikan daerah-daerah lainnya yaitu sekitar abad ke-XIX. Perkembangan pembatikan didaerah-daerah luar selain dari Yogyakarta dan Solo erat hubungannya dengan perkembangan sejarah kerajaan Yogya dan Solo.

Meluasnya pembatikan keluar dari kraton setelah berakhirnya perang Diponegoro dan banyaknya keluarga kraton yang pindah ke daerah-daerah luar Yogya dan Solo karena tidak mau kerjasama dengan pemerintah kolonial. Keluarga kraton itu membawa pengikut-pengikutnya ke daerah baru itu dan ditempat itu kerajinan batik terus dilanjutkan dan kemudian menjadi pekerjaan untuk pencaharian.

Corak batik di daerah baru ini disesuaikan pula dengan keadaan daerah sekitarnya. Pekalongan khususnya dilihat dari proses dan desainnya banyak dipengaruhi oleh batik dari Demak. Sampai awal abad ke-XX proses pembatikan yang dikenal ialah batik tulis dengan bahan morinya buatan dalam negeri dan juga

sebagian import. Setelah perang dunia kesatu baru dikenal pembikinan batik cap dan pemakaian obat-obat luar negeri buatan Jerman dan Inggris.

Pada awal abad ke-20 pertama kali dikenal di Pekajangan ialah pertununan yang menghasilkan stagen dan benangnya dipintal sendiri secara sederhana. Beberapa tahun belakangan baru dikenal pematikan yang dikerjakan oleh orang-orang yang bekerja disektor pertununan ini. Pertumbuhan dan perkembangan pematikan lebih pesat dari pertununan stagen dan pernah buruh-buruh pabrik gula di Wonopringgo dan Tirto lari ke perusahaan-perusahaan batik, karena upahnya lebih tinggi dari pabrik gula.

Sedang pematikan dikenal di Tegal akhir abad ke-XIX dan bahwa yang dipakai waktu itu buatan sendiri yang diambil dari tumbuh-tumbuhan: pace/mengkudu, nila, sog kayu dan kainnya tenunan sendiri. Warna batik Tegal pertama kali ialah sogan dan babaran abu-abu setelah dikenal nila pabrik, dan kemudian meningkat menjadi warna merah-biru. Pasaran batik Tegal waktu itu sudah keluar daerah antara lain Jawa Barat dibawa sendiri oleh pengusaha-pengusaha secara jalan kaki dan mereka inilah menurut sejarah yang mengembangkan batik di Tasik dan Ciamis disamping pendatang-pendatang lainnya dari kota-kota batik Jawa Tengah.

Pada awal abad ke-XX sudah dikenal mori import dan obat-obat import baru dikenal sesudah perang dunia kesatu. Pengusaha-pengusaha batik di Tegal kebanyakan lemah dalam permodalan dan bahan baku didapat dari Pekalongan dan dengan kredit dan batiknya dijual pada Cina yang memberikan kredit bahan baku tersebut. Waktu krisis ekonomi pematik-pematik Tegal ikut lesu dan baru giat kembali sekitar tahun 1934 sampai permulaan perang dunia kedua. Waktu Jepang masuk kegiatan pematikan mati lagi.

Demikian pula sejarah pematikan di Purworejo bersamaan adanya dengan pematikan di Kebumen yaitu berasal dari Yogyakarta sekitar abad ke-XI. Perkembangan kerajinan batik di Purworejo dibandingkan dengan di Kebumen lebih cepat di Kebumen. Produksinya sama pula dengan Yogya dan daerah Banyumas lainnya.

Sedangkan di daerah Bayat, Kecamatan Tembayat Kebumen-Klaten yang letaknya lebih kurang 21 Km sebelah Timur kota Klaten. Daerah Bayat ini adalah

desa yang terletak dikaki gunung tetapi tanahnya gersang dan minus. Daerah ini termasuk lingkungan Karesidenan Surakarta dan Kabupaten Klaten dan riwayat pembatikan disini sudah pasti erat hubungannya dengan sejarah kerajaan kraton Surakarta masa dahulu. Desa Bayat ini sekarang ada pertilasan yang dapat dikunjungi oleh penduduknya dalam waktu-waktu tertentu yaitu makam Sunan Bayat di atas gunung Jabarkat. Jadi pembatikan didesa Bayat ini sudah ada sejak zaman kerajaan dahulu. Pengusaha-pengusaha batik di Bayat tadinya kebanyakan dari kerajinan dan buruh batik di Solo.

Sementara pembatikan di Kebumen dikenal sekitar awal abad ke-XIX yang dibawa oleh pendatang-pendatang dari Yogya dalam rangka dakwah Islam antara lain yang dikenal ialah: Penghulu Nusjaf. Beliau inilah yang mengembangkan batik di Kebumen dan tempat pertama menetap ialah sebelah Timur Kali Lukolo sekarang dan juga ada peninggalan masjid atas usaha beliau. Proses batik pertama di Kebumen dinamakan teng-abang atau blambangan dan selanjutnya proses terakhir dikerjakan di Banyumas/Solo. Sekitar awal abad ke-XX untuk membuat polanya dipergunakan kunir yang capnya terbuat dari kayu. Motif-motif Kebumen ialah: pohon-pohon, burung-burungan. Bahan-bahan lainnya yang dipergunakan ialah pohon pace, kemudu dan nila tom.

Pemakaian obat-obat import di Kebumen dikenal sekitar tahun 1920 yang diperkenalkan oleh pegawai Bank Rakyat Indonesia yang akhinya meninggalkan bahan-bahan bikinan sendiri, karena menghemat waktu. Pemakaian cap dari tembaga dikenal sekitar tahun 1930 yang dibawa oleh Purnomo dari Yogyakarta. Daerah pembatikan di Kebumen ialah didesa: Watugarut, Tanurekso yang banyak dan ada beberapa desa lainnya.

Dilihat dengan peninggalan-peninggalan yang ada sekarang dan cerita-cerita yang turun-temurun dari terdahulu, maka diperkirakan didaerah Tasikmalaya batik dikenal sejak zaman Tarumanagara dimana peninggalan yang ada sekarang ialah banyaknya pohon tarum didapat disana yang berguna untuk pembuatan batik waktu itu. Desa peninggalan yang sekarang masih ada pembatikan dikerjakan ialah: Wurug terkenal dengan batik kerajinannya, Sukapura, Mangunraja, Maronjaya dan Tasikmalaya kota.

Dahulu pusat dari pemerintahan dan keramaian yang terkenal ialah desa Sukapura, Indihiang yang terletak dipinggir kota Tasikmalaya sekarang. Kira-kira akhir abad ke-XVII dan awal abad ke-XVIII akibat dari peperangan antara kerajaan di Jawa Tengah, maka banyak dari penduduk daerah: Tegal, Pekalongan, Banyumas dan Kudus yang merantau ke daerah Barat dan menetap di Ciamis dan Tasikmalaya. Sebagian besar dari mereka ini adalah pengusaha-pengusaha batik daerahnya dan menuju ke arah Barat sambil berdagang batik. Dengan datangnya penduduk baru ini, dikenal selanjutnya pembutan baik memakai soga yang asalnya dari Jawa Tengah. Produksi batik Tasikmalaya sekarang adalah campuran dari batik-batik asal Pekalongan, Tegal, Banyumas, Kudus yang beraneka pola dan warna.

Pembatikan dikenal di Ciamis sekitar abad ke-XIX setelah selesainya peperangan Diponegoro, dimana pengikut-pengikut Diponegoro banyak yang meninggalkan Yogyakarta, menuju ke selatan. Sebagian ada yang menetap di daerah Banyumas dan sebagian ada yang meneruskan perjalanan ke selatan dan menetap di Ciamis dan Tasikmalaya sekarang. Mereka ini merantau dengan keluarganya dan ditempat baru menetap menjadi penduduk dan melanjutkan tata cara hidup dan pekerjaannya. Sebagian dari mereka ada yang ahli dalam pembatikan sebagai pekerjaan kerajinan rumah tangga bagi kaum wanita. Lama kelamaan pekerjaan ini bisa berkembang pada penduduk sekitarnya akibat adanya pergaulan sehari-hari atau hubungan keluarga. Bahan-bahan yang dipakai untuk kainnya hasil tenunan sendiri dan bahan catnya dibuat dari pohon seperti: mengkudu, pohon tom, dan sebagainya.

Motif batik hasil Ciamis adalah campuran dari batik Jawa Tengah dan pengaruh daerah sendiri terutama motif dan warna Garutan. Sampai awal-awal abad ke-XX pembatikan di Ciamis berkembang sedikit demi sedikit, dari kebutuhan sendiri menjadi produksi pasaran. Sedang di daerah Cirebon batik ada kaitannya dengan kerajaan yang ada di daerah ini, yaitu Kanoman, Kasepuhan dan Keprabonan. Sumber utama batik Cirebon, kasusnya sama seperti yang di Yogyakarta dan Solo. Batik muncul lingkungan kraton, dan dibawa keluar oleh abdi dalem yang bertempat tinggal di luar kraton. Raja-raja jaman dulu senang dengan lukisan-lukisan dan sebelum dikenal benang katun, lukisan itu

ditempatkan pada daun lontar. Hal itu terjadi sekitar abad ke-XIII. Ini ada kaitannya dengan corak-corak batik di atas tenunan. Ciri khas batik Cirebonan sebagaimana besar bermotifkan gambar yang lambang hutan dan margasatwa. Sedangkan adanya motif laut karena dipengaruhi oleh alam pemikiran Cina, dimana kesultanan Cirebon dahulu pernah menyunting putri Cina. Sementara batik Cirebonan yang bergambar garuda karena dipengaruhi oleh motif batik Yogya dan Solo.

Pengakuan Batik Indonesia Oleh UNESCO

Pada 2 Oktober 2009, lembaga PBB di bidang pendidikan dan kebudayaan (UNESCO) mengakui batik sebagai hasil budaya bangsa Indonesia. Akhirnya dunia mengakui batik merupakan salah satu warisan umat manusia yang dihasilkan oleh bangsa Indonesia. Pengakuan UNESCO tersebut diberikan dengan alasan karena pemerintah beserta rakyat Indonesia dinilai telah melakukan banyak langkah nyata untuk melindungi dan melestarikan batik secara turun temurun. Dan juga keragaman motif batik yang ada di Indonesia yang memiliki banyak makna filosofi mendalam.

Seni Batik tetap hidup subur di Indonesia, dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat. Bila kita bandingkan batik yang kita kenal sekarang dengan batik puluhan tahun yang silam, tidak begitu banyak perubahan; baik bahan, cara maupun coraknya. Sifat inilah yang menyebabkan seni batik mudah dipelajari, dari generasi ke generasi (Widodo, 2).

2.2. Tinjauan Tentang Batik Jawa Timur

2.2.1. Sejarah Batik Jawa Timur

Pada masa kerajaan Mojopahit (tahun 1293 hingga 1500 M), negeri ini kedatangan para pedagang dari berbagai negara. Kitab Negara Kertagama menyebutkan nama-nama negara itu antara lain Ayudhyapura, Dharmanagari, Marutma, Rajapura, Singanagari, Campa, Kamboja dan Yawana. Negara-negara yang berada di kawasan Asia Tenggara ini selain menjalin hubungan dagang juga merupakan mitra satata yang artinya negara sahabat dan memiliki kedudukan yang sama.

Jika dipelajari dari jalur pelayaran sekitar abad 7 hingga 15, menurut beberapa artefak asing maupun arca-arca Syailendra (abad 8-9 Masehi), prasasti Kamalagyan yang tertulis tahun 959 Saka (1037 Masehi), prasasti Selamandi II tahun 1318 Saka (1396 Masehi), dan prasasti Canggal (Trawulan I) tahun 1280 Saka (1358 Masehi) mempunyai kesamaan tentang datangnya pedagang-pedagang asing serta fungsi strategis beberapa pelabuhan yang ada di pesisir utara Jawa Timur. Pelabuhan-pelabuhan yang disebutkan itu adalah Kambang Putih (Tuban), Pajarakan, Gresik, Surabaya (Hujung Galuh), dan Canggal (Mojokerto).

Pedagang dari Gujarat secara spesifik memiliki dagangan bahan tekstil berupa kain katun dan sutra yang menurut literatur memang merupakan barang perniagaan yang melimpah dari negara tersebut. Selain bermisi dagang, mereka juga membawa ajaran agama Hindu ke tanah Jawa. Untuk melariskan dagangannya, pedagang India ini juga mengajarkan bagaimana teknik menghiasi kain dengan cara membatik.

Teknik membatik telah dikenal di India lebih dari 2000 tahun yang lalu. Batik sebagai seni lukisan India berasal dari Bengal (Bengali). Shantiniketan di Bengala Barat merupakan pusat utama seni batik di India. Awalnya keterampilan membatik diajarkan pada keluarga kerajaan sehingga mereka tertarik untuk membeli kain katun India tersebut dalam jumlah banyak.

Keterampilan membatikpun berkembang di lingkungan istana sebagai sarana membuat bahan pakaian raja dan keluarganya. Karena saat itu masih dianggap sebagai karya yang langka, maka penggunaan batik secara eksklusif hanya bagi kalangan terbatas raja dan keluarga bangsawan pada saat-saat tertentu maupun upacara keagamaan. Pembatiknya meliputi putri-putri keraton maupun abdi dalem. Sedangkan motif yang dibuatnya disesuaikan dengan peruntukkan kain tersebut, misalnya kain yang digunakan raja berbeda dengan permaisuri. Demikian juga untuk pejabat yang lain.

Keyakinan bahwa batik lebih dahulu muncul di telatah Jawa Timur juga diperkuat catatan GP Rouffaer (pustakawan berkebangsaan Belanda) yang menyatakan bahwa teknik membatik ini telah diperkenalkan di Jawa sekitar abad ke-6 atau 7 dari pedagang India atau Sri Lanka (Kitab Negara Kertagama menyebutnya sebagai negara *Ayudhyapura dan Dharmanagari*). Sementara Inger

McCabe Elliot pada bukunya *Batik: Fabled Cloth of Java* (2004) menulis hal yang sama, hanya perkiraan abadnya yang sedikit berbeda.

Rouffaer juga melaporkan bahwa motif gringsing sudah dikenal pada abad ke-12 di Kediri (disebut Kerajaan *Galuh-Kadiri*), Jawa Timur. Dia menyimpulkan bahwa goresan yang halus pada pola gringsing hanya bisa dibuat dengan menggunakan canting. Sumber lain yang lebih tua dari Jawa Timur, di Candi Penataran Blitar yang dibangun tahun 1194 oleh *Raja Cynga* (Syrenggra) pada reliefnya menggambarkan tokoh yang menggunakan kain panjang bermotif kawung.

Di Candi Singosari, motif ukiran kain yang dikenakan oleh Pradjanparamita, patung Budha dewi kebijaksanaan transendental dari Jawa Timur sekitar abad ke-13 Masehi menunjukkan pola bunga rumit yang mirip dengan yang ditemukan pada batik Jawa tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa motif kain batik yang rumit menggunakan canting sudah ada di Jawa pada abad ke-13 atau bahkan lebih awal.

Kata “batik” atau *hambatik* (membatik) baru dengan jelas dipakai dalam *Babad Sengkala* yang ditulis pada tahun 1633 dan juga dalam *Panji Jaya Lengkara* yang ditulis pada tahun 1770. (BJT, 3-4)

Jawa Timur yang terdiri dari 38 kabupaten/kota memiliki motif dan warna batik yang unik dan bervariasi. Meskipun tidak semua kabupaten/kota memiliki batik khas daerahnya, namun batik Jawa Timur secara khusus memiliki keeksotisan tersendiri. (BJT, xiii)

2.3. Tinjauan Tentang Batik Bojonegoro

2.3.1. Batik Bojonegoro

Di Bojonegoro, masyarakatnya menyebut daerahnya dengan sebutan “Jonegoro”. Rupanya sebutan khas ini dijadikan ciri bagi Kabupaten Bojonegoro, termasuk sebutan bagi motif batik khas daerah ini, batik “Jonegoroan”. (BJT, 115).

Batik merupakan salah satu potensi yang baik di daerah Bojonegoro. Batik yang lebih dikenal batik “Jonegoroan” ini memiliki sembilan buah motif batik, yang telah dipilih oleh Bupati Bojonegoro, Drs. H. Suyoto, M. Si., sebagai Motif

Batik Jonegoroan pada 29 Desember 2009. Kesembilan motif batik itu adalah motif padi, motif gotro, motif daun jati, motif khayangan api, motif jagung, mliwis putih, tembakau, motif sapi dan wayang thengul. Sedangkan menurut informasi melalui wawancara pada hari Jumat, 22 Maret 2013 dikediaman salah satu pengrajin batik “Jonegoroan”, pada tanggal 31 Januari 2013 yang lalu, motif batiknya bertambah 5 buah yaitu motif belimbing, salak, pisang, mangga dan bunga rosela. (22/03/2013).

Motif-motif pilihan itu menggambarkan potensi daerah baik dalam perekonomian, budaya, sejarah maupun kekayaan alam Bojonegoro. (BJT, par. 5).

2.3.2. Motif Batik “Jonegoroan”

Motif Mliwis Mukti (Motif Mliwis Putih)

Bersumber dari legenda Prabu Anglingdarmo, raja negara Malowopati yang konon diyakini bahwa lokasi kerajaan itu dulunya berada di daerah Bojonegoro. Mliwis atau burung belibis merupakan jelmaan Prabu Anglingdarmo, dan kata Mukti yang berarti mulia dijadikan kemuliaan bak Raja Anglingdarmo dengan berusaha secara tekun dan ulet.

Dari ornamen yang berbentuk sayap burung mliwis (diadaptasi dari ornamen garuda) serta bentuk ujung tombak yang diapit nyala api, motif batik ini mencoba menggambarkan keanggunan sebuah kerajaan di masa lalu yang diyakini pernah ada di daerah Bojonegoro. Bahkan beberapa tokoh sepuh di Bojonegoro menyebut kota ini dengan sebutan “Bojonegoro Hadiningrat” yang berarti kurang lebih Bojonegoro itu ibu kota kerajaan atau tempat tinggal raja. (BJT, par 1-2).



Gambar 2.1. Motif Mliwis Mukti (Mliwis Putih)

Sumber: www.batikbojonegoroan.blogspot.com

Motif Sekarjati (Motif Daun Jati)

Semua orang tahu bahwa Bojonegoro adalah penghasil kayu jati. Tanaman jati dianggap sebagai tanaman mulia, karena selain secara ekonomis memiliki nilai yang tinggi, juga secara filosofi kayu jati adalah bahan pembuat rumah yang memiliki yoni, dan melindungi (tepatnya menaungi) orang yang tinggal dibawahnya dalam waktu yang sangat lama, bahkan turun-temurun karena kuat dan awetnya. Tanaman jati dapat dimanfaatkan mulai dari akar, pohon, hingga daunnya.

Sekar adalah bunga (bahasa Jawa) jati dari pohon jati sehingga bermakna tumbuh suburnya pohon jati di Kabupaten Bojonegoro selaras dengan perkembangannya sentra-sentra kerajinan kayu jati (meubel, bubuk kayu, gembol) sebagai roda kemajuan dan kreativitas masyarakat Bojonegoro dalam mengolah dan memanfaatkan tanaman kayu jati agar dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat Bojonegoro. Motif sekarjati sangat kuat dan bentuk ornamennya mudah dikembangkan tanpa kehilangan ciri bentuk awalnya.

Hal itulah yang menyebabkan para perajin batik ini mencoba memodifikasi ornamen-ornamen pada sekar jati dengan ornamen motif lain untuk memperkuat ke “Bojonegoroan” karya batik mereka. Di samping itu setiap rumah batik di kawasan ini mampu berimprovisasi terhadap bentuk awal yang diciptakan desainer motif sehingga masing-masing rumah batik memiliki ciri tersendiri. (BJT, par 1-4).



Gambar 2.2. Motif Sekarjati (Motif Daun Jati)
Sumber: www.batikbojonegoroan.blogspot.com

Motif Gatra Rinonce (Motif Gotro)

Motif ini mengangkat kekayaan alam Bojonegoro yang memiliki kandungan minyak dan gas bumi. Potensi ini dilambangkan dengan motif sulur dan bunga yang saling berhubungan dalam satu-kesatuan bentuk. Dalam rancangan aslinya, motif Gatra Rinonce ini terdiri atas unsur warna hijau dan kuning untuk melambangkan kemakmuran, kemudaan sekaligus keindahan. Ornamennya menggunakan unsur dekoratif yang diambil dari unsur ukir dan sungging. Gatra yang merupakan kependekan gas dan patra (minyak) serta rinonce yang berarti terangkai menjadi satu-kesatuan yang utuh dan indah apabila dikelola untuk meningkatkan taraf hidup, harkat dan martabat masyarakat Bojonegoro.

Aplikasi desain ini pada pembatikan yang sebenarnya justru memperoleh hasil yang lebih “batik” dibanding rancangan desainnya. Gatra rinonce yang berdesain *allover* ini sangat tepat dijadikan pilihan untuk batik cap. (BJT, par 1-2).



Gambar 2.3. Motif Gatra Rinonce (Motif Gotro)
Sumber: www.batikbojonegoroan.blogspot.com

Motif Jagung Miji Emas (Motif Jagung)

Jagung Miji Emas dalam bahasa Jawa berarti tongkol jagung yang berbiji emas. Jagung juga merupakan salah satu tanaman yang merakyat dan tumbuh subur di Bojonegoro. Tanaman jagung yang panennya melimpah bak berbiji emas karena memiliki nilai ekonomis yang mampu memakmurkan kehidupan rakyat. Suatu filosofi penggugah spirit bagi orang Bojonegoro, sungguh cara memotivasi dan menimbulkan rasa kebanggaan yang bijak.

Tetapi memang tidak mudah mewujudkan rancangan desain ke dalam bentuk batik agar menjadi desain kain batik yang bagus. Pada kenyataan kita mendapati berbagai aplikasi dari desain Jagung Miji Emas ini dalam berbagai bentuk kreasi. Yang perlu diingat adalah tujuan akhir dari dibuatnya motif ini adalah sebagai salah satu bahan busana. Disinilah akhirnya keberhasilan atau kegagalan suatu desain motif dapat dinilai. (BJT, par 1-2).



Gambar 2.4. Motif Jagung Miji Emas (Motif Jagung)

Sumber: www.batikbojonegoroan.blogspot.com

Motif Parang Lembu Sekar Rinambat (Motif Sapi)

Parang Lembu Sekar Rinambat bermakna, Kabupaten Bojonegoro dikenal harum karena peternakan sapihnya sehingga dapat memberikan kontribusi yang besar sekaligus dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat Jawa Timur. Apabila dilihat dari master desainnya, motif ini cukup rumit dan berpeluang untuk dijadikan motif batik alusan. Motif dasarnya terdiri atas modifikasi dari ornamen motif parang pada desain batik klasik. Dari modifikasi itu diperoleh bentuk sapi

yang berhadap-hadapan dan ditata miring sebagai dasar mengapa motif ini dinamai “Parang”. Jadi motif dasar ini tidak boleh dihilangkan bila masih disebut “Parang Lembu”.

Sebagai motif utama yang menjadi foreground digambarkan kepala sepasang sapi dan motif lung-lungan untuk menggambarkan “sekar rinambat” alias bunga yang menjalar. Isen-isen pada outlinenya digunakan titik-titik yang merupakan akar dari semua motif batik. (BJT, par 3-4).



Gambar 2.5. Motif Parang Lembu Sekar Rinambat (Motif Sapi)

Sumber: www.batikbojonegoroan.blogspot.com

Motif Pari Sumilak (Motif Padi)

Bojonegoro memiliki tanah yang subur, sangat tepat ditanami padi dan dibudidayakan secara maksimal guna memperoleh hasil bumi yang mampu menyejahterakan kehidupan masyarakat setempat. Tanah yang subur ini berwarna kecoklatan sehingga sangat tepat untuk dijadikan warna pada motif batik setempat.

Pari sumilak adalah gambaran ladang padi yang sedang menguning siap untuk dipanen. Diharapkan para pembatik Bojonegoro akan setia menekuni motif-motif yang telah disepakati sebagai motif khas Jonegoroan ini. Sebagai konsekuensinya mereka dituntut berkeaktivitas yang tinggi agar batik motif Jonegoroan dapat diterima pasar secara luas. (BJT, par 1-2)

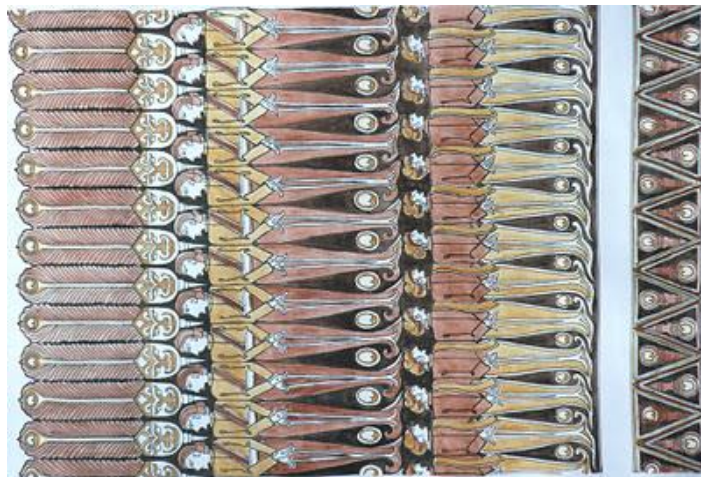


Gambar 2.6. Motif Pari Sumilak (Motif Padi)

Sumber: www.batikbojonegoroan.blogspot.com

Motif Rancak Thengul (Motif Wayang Thengul)

Wayang thengul merupakan salah satu kesenian tradisional khas yang hidup dan berkembang di Kabupaten Bojonegoro. Berbentuk tiga dimensi, terbuat dari kayu dengan asesoris kain sebagai busananya. Dasar cerita, menak dan panji. Gunungan/kalpataru-nya juga berbahan kayu dan bulu burung merak. Rancak Thengul (bhs.jawa) mengandung arti seperangkat Rancak Thengul sebagai warisan kesenian tradisional di Kabupaten Bojonegoro akan selalu terjaga eksistensinya, menjadi ikon Bojonegoro, lebih dikenal dan digemari masyarakat luas dan sekaligus sebagai bentuk pelestarian dan pengembangan salah satu warisan Pusaka Budaya (cultural heritage).



Gambar 2.7. Motif Rancak Thengul (Motif Wayang Thengul)

Sumber: www.batikbojonegoroan.blogspot.com

Motif Sata Ganda Wangi (Motif Tembakau)

Sejak dahulu tembakau Bojonegoro sudah dikenal seluruh nusantara sehingga menjadi salah satu produk unggulan lainnya, selain kayu jati. Jenis tanaman yang cocok untuk tanaman ini menghasilkan aroma yang khas/harum yang berbeda dengan daerah lain. Sata (bahasa jawa) berarti tembakau, ganda (bahasa jawa) berarti aroma, wangi (bahasa jawa) berarti harum, sehingga bermakna tembakau Bojonegoro memiliki aroma harum. Diharapkan nama Bojonegoro menjadi harum dan terkenal lewat tembakau sebagai salah satu potensinya.



Gambar 2.8. Motif Sata Ganda Wangi (Motif Tembakau)

Sumber: www.batikbojonegoroan.blogspot.com

Motif Parang Dahana Mungal (Motif Khayangan Api)

Kayangan api adalah salah satu objek wisata andalan di kabupaten Bojonegoro. Merupakan sumber api abadi terbesar di Asia Tenggara dan pernah menjadi tempat pengambilan api PON XV tahun 2000. Parang (bhs jawa) berarti miring, dahana (bhs jawa) berarti api, mungal (bhs jawa) berarti menyala /

berkobar sepanjang waktu. Simbol masyarakat Bojonegoro yang dinamis, semangat dan mampu memberikan cahaya bagi masyarakat sekitarnya.



Gambar 2.9. Motif Parang Dahana Mungal (Motif Khayangan Api)

Sumber: www.batikbojonegoroan.blogspot.com

Motif Bunga Rosela



Gambar 2.10. Motif Bunga Rosela

Sumber: www.rumahbatiktc.blogspot.com

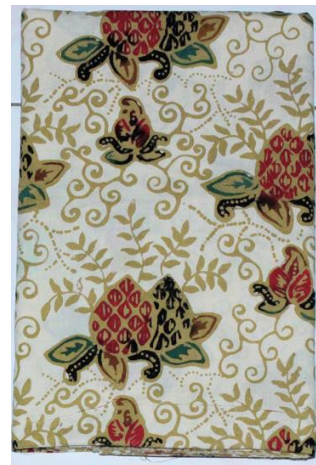
Motif Buah Belimbing



Gambar 2.11. Motif Buah Belimbing

Sumber: www.rumahbatiktc.blogspot.com

Motif Buah Salak



Gambar 2.12. Motif Buah Salak

Sumber: www.rumahbatiktc.blogspot.com

Motif Buah Pisang



Gambar 2.13. Motif Buah Pisang

Motif Buah Mangga



Gambar 2.14. Motif Buah Mangga

Sumber: www.rumahbatikc.blogspot.com

2.4. Tinjauan Tentang Kampanye

2.4.1. Perencanaan Strategi Komunikasi

Suatu perencanaan yang baik pasti memiliki dasar strategi yang kuat sehingga sasaran dapat tepat waktu, efisien, dan efektif.

Pertanyaan-pertanyaan wajib yang harus dijawab untuk membuat perencanaan komunikasi pemasaran yang baik dan terstruktur adalah:

- Siapa yang seharusnya menerima pesan komunikasi?
- Pesan apa yang seharusnya disampaikan?
- Citra organisasi atau merk apa yang diharapkan dapat dipertahankan?
- Berapa banyak uang yang akan dikeluarkan untuk membangun citra baru ini?
- Bagaimana pesan akan disampaikan?
- Aktivitas apa yang seharusnya dilakukan penerima pesan?
- Bagaimana mengawasi keseluruhan proses yang telah diimplementasikan?
- Apa yang telah dicapai?

Perencanaan suatu komunikasi juga diperlukan kerangka yang jelas. Dengan menyusun kerangka suatu perencanaan komunikasi, maka ada 2 manfaat yang dapat diperoleh, yaitu:

1. Membawa beragam elemen ke dalam rangkaian aktivitas dimana dasar pemikiran bagi keputusan kegiatan promosi dibangun berdasarkan informasi yang dihasilkan pada tingkat sebelumnya.
2. Merepresentasikan serangkaian keputusan yang harus dilakukan oleh seorang manager pemasaran seperti mempersiapkan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi dan rencana komunikasi.

2.4.2. Pengertian Kampanye

Pengertian kampanye secara umum adalah suatu rangkaian kegiatan periklanan dan promosi yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu untuk tujuan tertentu, sedangkan kata kampanye di Indonesia sering dikaitkan dengan pemilu, sehingga kampanye di Indonesia sering didefinisikan sebagai suatu kegiatan untuk mendapat suatu dukungan sebesar-besarnya dengan menawarkan visi dan misi serta program calon-calon pemimpin melalui media cetak dan media elektronik. (Dian Natalia, par 1).

2.4.3. Mengembangkan Strategi Kampanye

2.4.3.1. Definisi Brand Contacts

Schultz (2003) mendefinisikan *brand contact* sebagai suatu elemen dari pengalaman pelanggan dengan seluruh penawaran produk atau pelayanan yang dihubungkannya dengan merek. *Brand contact audit* merupakan proses yang dapat membantu perusahaan untuk mengidentifikasi bagaimana pelanggan melakukan kontak dengan perusahaan dan produk serta pelayanannya, baik itu melalui pesan dan insentif yang dikirimkan oleh sekelompok pemasaran atau bentuk kontak lain yang berada di luar pengawasan pemasar.

2.4.3.2. Getting Customer Insight

Merek yang didapatkan melalui *customer insight* akan menciptakan kesan positif pada pelanggan, yaitu bahwa perusahaan mengetahui mereka, menghargai mereka, dan dapat mengantisipasi kebutuhan mereka. Informasi-informasi yang penting tentang pelanggan antara lain: kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan, sejarah dan latar belakang pelanggan, ambisi pelanggan, faktor-faktor lain di saat ini dan di masa yang akan datang.

2.4.4. Karakteristik Anak Umur 6-12 Tahun

Diang Ibung dalam bukunya yang berjudul *Antisipasi Stres Pada Anak (usia 6-12 Tahun)* menyebutkan bahwa diawal usia SD, usia 6 tahun, anak baru saja belajar:

1. Mengerti konsep-konsep sederhana secara abstrak, terutama konsep sehari-hari.
2. Belajar berinteraksi sosial secara lebih luas.
3. Belajar mandiri, terutama untuk kepentingan pribadi.
4. Belajar salah dan benar.
5. Belajar memahami diri sebagai individu yang berbeda dengan orang lain.
6. Belajar materi akademis yang lebih kompleks.

Ketika berbicara dengan anak, atau memberitahu sesuatu, sebaiknya diterangkan dalam bentuk yang sederhana dan dalam kalimat yang dapat dimengerti anak-anak.

Karakteristik anak usia 6-12 tahun dilihat dari berbagai sisi:

- Adaptif

Dimeja, menggunakan pisau untuk mengoleskan mentega, pada saat bermain, memotong, melipat, menjahit dengan kasar bila diberi jarum, mandi tanpa pengawasan, tidur sendiri, membaca dari ingatan, dan menikmati permainan menjeja.

- Personal-sosial

Dapat berbagi dan bekerjasama dengan lebih baik, mempunyai cara sendiri untuk melakukan sesuatu, sering cemburu terhadap adik, meningkatkan sosialisasi, dan akan curang untuk menang.

- Stimulasi motorik halus:

- Menggambar, melukis dengan berbagai media.
- Membuat kerajinan dari tanah liat.
- Membuat seni kerajinan tangan, misalnya membuat boneka dari kain perca.
- Bermain alat musik seperti gitar, biola, piano dan sebagainya.

- Stimulasi Afeksi

Stimulasi afeksi dilakukan untuk mengembangkan kecerdasan interpersonal maupun intrapersonal anak balita maupun 6-12 tahun. Manfaat utamanya adalah mengembangkan rasa percaya diri, memupuk kemandirian, mengetahui dan menjalani aturan, memahami orang lain, dan mau berbagi.

Cara memberikan stimulasi bisa dengan cara sebagai berikut:

- Biarkan anak melakukan sendiri apa yang bisa ia lakukan.
- Buatlah kesepakatan tentang berbagai hal yang baik/boleh dan tidak, serta konsekuensinya. Tentu dengan bahasa yang bisa dipahami anak.
- Berikan penghargaan untuk hal-hal yang dapat dilakukannya dengan baik atau lebih baik dari sebelumnya. Bisa juga ketika anak dapat mengikuti aturan (terutama pada awal mula diterapkan suatu aturan).

- Berikan konsekuensi negatif atau punishment terhadap tingkah laku anak yang kurang baik atau tidak sesuai dengan aturan. Untuk hal ini perlu mempertimbangkan usia anak.
- Berikan perhatian untuk berbagai reaksi emosi anak. Contoh, saat dia sedih, gembira, marah, berikanlah respons yang sesuai dengan kebutuhannya kala itu.
- Anak difasilitasi untuk bermain peran.
- Biasakan anak untuk mampu mengungkapkan perasaannya, baik secara verbal, tulisan, ataupun gambar.
- Biasakan mau berbagi dalam setiap kesempatan.
- Khusus untuk anak 6-12 tahun, mulai perkenalkan dengan berbagai permainan dalam rangka mengenalkan aturan main, sportivitas, dan kompetisi.

2.5. Tinjauan Data Empiris

2.5.1. Tinjauan Organisasi Pemerintah

Organisasi pendukung dalam kampanye pengenalan motif batik “Jonegoroan” kepada anak usia 6-12 tahun di Bojonegoro ini adalah KIBAS (Komunitas Batik se-Jawa Timur) sebagai jembatan komunitas batik-batik yang ada di Jawa Timur. KIBAS adalah sekelompok yang terdiri dari perorangan ataupun kelompok orang-orang yang mencintai dan menghargai batik sebagai warisan adiluhung bangsa Indonesia. Penasehat Komunitas ini adalah Ibu Nina Sukarwo, yaitu Ketua Dekranasda Jawa Timur, sedangkan ketua Komunitas adalah Bapak Lintu Tulistyantoro.

Data-data komunitas KIBAS (Komunitas Batik se-Jawa Timur) adalah sebagai berikut:

Fungsi dan peranan komunitas bagi masyarakat:

VISI :

Peduli batik dan melalui batik membantu masyarakat berapresiasi untuk mencapai kesejahteraan.

MISI :

1. Menjadi lembaga yang mampu mengapresiasi dan mengembangkan batik sebagai kekayaan budaya bangsa kepada masyarakat dunia.

2. Organisasi yang berpusat pada anggota, yang melayani masyarakat diberbagai lapisan yang membutuhkan bantuan tentang batik. Menawarkan program tentang dunia batik mulai dari pendidikan, penelitian, pelatihan dan manajemen tentang pengetahuan batik berdasarkan kepada keunggulan dan keunikan yang didukung oleh tenaga profesional sesuai dengan perkembangan teknologi.
3. Memiliki aspirasi menjadi lembaga yang diperhitungkan oleh masyarakat, komunitas, lembaga, swasta dan instansi pemerintah.

AREA KERJA:

1. Memberikan wawasan kepada masyarakat tentang batik Jawa Timur (seperti pameran, kunjungan ke pengrajin, dan open house ke kolektor batik, dan lain lain).
2. Memberikan pendidikan dan pengetahuan seputar Batik Jawa Timur dan perkembangannya di Indonesia khususnya dan international pada umumnya.
3. Pelatihan batik kepada anggota masyarakat umum (expatriate, pengusaha, ibu ibu PKK dan pejabat sebagai hobby), kalangan Perguruan Tinggi, Anak Anak sekolah, dan secara khusus kalangan menengah bawah untuk dapat meningkatkan taraf hidupnya agar lebih sejahtera.
4. Mengangkat potensi batik daerah daerah yang tidak/ belum tertangani dengan baik, kerja sama pemda setempat, dalam bentuk pameran dan peragaan karya.
5. Lomba motif batik Jawa Timur.
6. Membangun pusat data dan kajian batik Jawa Timur bekerjasama dengan Perpustakaan Universitas Kristen Petra.
7. Membangun jaringan dengan pengrajin Batik di Jawa Timur sebagai potensi untuk dikembangkan lebih lanjut.
8. Membangun jaringan dengan instansi pemerintah, swasta, Perguruan Tinggi didalam dan luar negeri.

Pendidikan dan pengetahuan batik kepada :

- Lembaga pendidikan formal mulai TK sampai dengan SLTA
- Lembaga perguruan tinggi
- Lembaga pemerintah, swasta, komunitas dan masyarakat luas.

Lokasi pendidikan dan pelatihan membatik:

1. Anggota KIBAS datang langsung ke lokasi dimana acara tersebut dilangsungkan, berdasarkan undangan penyelenggara.
2. Peserta datang ke laboratorium pengetahuan bahan Universitas Kristen Petra, Jln. Siwalankerto 121-131 Surabaya atau Kelompok Batik Lukis Klampis Ireng, Jln Dukuh Kupang Barat I/ 228A Suarabaya.

TARGET PROGRAM KEDEPAN

- Bekerja sama dengan pemerintah daerah setempat untuk pengembangan batik di Jawa Timur.
- Mengadakan pameran pameran yang mengangkat batik daerah daerah di Jawa Timur.
- Meneliti dan mempublikasikannya melalui buku cetak dan elektronik, dengan lingkup Jawa Timur.
- Mengadakan sosialisasi dan apresiasi batik kepada masyarakat umum dan anak anak sekolah mulai TK, SD, SMP dan SMA dan sederajat, melalui workshop.
- Meningkatkan wawasan para pengrajin di daerah daerah, melalui kunjungan kunjungan maupun workshop di daerah batik.
- Membangun komunitas di daerah daerah.
- Menerbitkan buku-buku pembelajaran tentang batik.

2.5.2. Upaya Pemerintah

Tahun 2009 Kementrian Perindustrian dan Perdagangan mencanangkan Industri Kreatif sebagai bentuk peningkatan daya saing bangsa Indonesia di kancan global. Batik merupakan salah satu bagian dari Industri Kreatif yang memiliki potensi sangat baik. Berbagai program berskala besar seperti menampilkan batik pada Pekan Produk Kreatif, Pameran Ekonomi Kreatif dan berbagai pameran berskala internasional telah dilakukan untuk menyemangati masyarakat batik. (BJT, par 1).

Upaya lain dari Pemerintah untuk mengoptimalkan potensi IKM (Industri Kecil dan Menengah), seperti yang dilansir dari web resmi DISPERINDAG Jawa Timur, kepada Direktur Jenderal (Dirjen) IKM Kementerian Perindustrian (Kemenperin), Euis Saedah, pada acara pembukaan gelar produk unggulan Jawa

Timur di Jakarta, Selasa (20/11), pemerintah telah melaksanakan beberapa program unggulan. Beliau mengatakan bahwa program bagi IKM meliputi restrukturisasi mesin dan peralatan, pembinaan dan pendekatan One Village One Product (OVOP) produk pangan, sandang, dan kerajinan serta pengembangan IKM melalui pendekatan kluster.

Sedangkan Ketua Harian Dewan Kerajinan Nasional Daerah Provinsi Jawa Timur, Budi Setiawan, mengatakan bahwa kinerja sektor industri pengolahan Jawa Timur dari sisi penambahan unit usaha pada tahun lalu mencapai 783.758 unit usaha, meningkat 5,53% dari 2010. Budi menegaskan bahwa IKM di Jawa Timur memiliki peran yang cukup besar bagi perkembangan ekonomi masyarakat Jawa Timur. Beliau mengatakan bahwa potensi IKM batik, perhiasan serta pengolahan makanan berbasis agro memiliki peluang pasar yang besar dan perlu mendapat dukungan pemerintah. Selain itu, Menurut beliau pemerintah setempat juga mendorong perkembangan industri batik Jawa Timur dengan menetapkan batik sebagai seragam untuk Kamis dan Jumat. Ini terbukti bisa membangkitkan IKM yang bergerak dalam sektor batik.

2.5.3. Peranan Masyarakat

2.5.3.1. Tinjauan Pengrajin Batik ‘Jonegoroan’

Menurut wawancara dan survey langsung kepada Bapak Hariyanto, S.Pd., pada hari Jumat, tanggal 22 Maret 2013 lalu, motif batik “Jonegoroan” bertambah 5 buah motif baru, yaitu motif bunga rosela, motif buah belimbing, motif buah salak, motif buah pisang, motif buah mangga. Kelima motif baru ini *dilaunching* pada bulan Januari 2013 lalu, tetapi sudah mampu menarik perhatian banyak masyarakat, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun.

Pak Hari mengatakan perbedaan batik “Jonegoroan” dengan batik yang lain adalah warnanya yang ‘jreng’ (menggunakan pewarna remasol) dan bentuk motifnya yang khas Bojonegoro. Bahan-bahannya memang mayoritas dari Solo, karena persediaannya yang memang sangat lengkap, tetapi tidak jarang juga beliau membeli bahan dari Surabaya (meskipun agak tidak lengkap). Malam yang digunakan untuk membatik ini dapat digunakan kembali (*re-use*) untuk proses

batik-batik selanjutnya, dengan tambahan-tambahan “bumbu” rahasia dari pengrajin batik Bojonegoro.



2.15. Malam yang sudah digunakan dapat digunakan kembali

Pemasaran batik “Jonegoroan” ini juga tidak tanggung-tanggung. Banyak pembeli dari luar kota, bahkan luar Pulau yang berminat pada batik ini. Sebut saja Kalimantan, salah satu daerah yang banyak membeli batik “Jonegoroan” ini. Usaha yang dilakukan Pak Hari sendiri demi menaikkan “popularitas” batik ini adalah melalui buka toko, sering mengikuti pameran-pameran, dan mengikuti komunitas-komunitas Batik. Ternyata di Bojonegoro juga memiliki sentra (kawasan) batik sendiri yang berlokasi di Jono, Temayang. Jumlah pengrajinnya memang hanya 11 pengrajin, tetapi ini merupakan langkah yang bagus untuk masa depan batik “Jonegoroan”. Pemerintah Daerah Provinsi juga turut andil dalam mengenalkan dan mengembangkan batik “Jonegoroan”, yaitu dibukannya DEKRANASDA (Dewan Kerajinan Nasional Daerah) yang lebih dikenal dengan sebutan Galeri Batik Bojonegoro, yang terletak di jalan Gajah Mada, Bojonegoro ini. Hal ini diharapkan agar semua pengrajin Batik Bojonegoro dapat ikut serta memperlihatkan hasil batik “Jonegoroan” kepada masyarakat lokal, dan interlokal sebagai cinderamata.

Alamat Pengrajin Batik, Bapak Hariyanto, S.Pd., adalah sebagai berikut:

Jl. Raya No 48, Desa Sobontoro Kecamatan Balen – Bojonegoro

Telp. (0353) 333411 HP. 081.335.788.262

E-mail: megasportkonveksibatik@yahoo.com

2.5.4. Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung

2.5.4.1.Faktor Penghambat

Kurangnya kesadaran masyarakat untuk lebih mencintai produk dalam negeri, yang mengakibatkan generasi muda meneruskan kebiasaan buruk ini. Banyak remaja yang akhirnya menganggap “kuno” jika memakai atau menggunakan produk dalam negeri, khususnya batik. Selain itu, kurangnya informasi mengenai batik Bojonegoro kurang diberikan kepada masyarakat, khususnya anak-anak, mereka menjadi kurang pengetahuan tentang motif-motif batik yang dimiliki Bojonegoro.

Faktor kemajuan kabupaten Bojonegoro sendiri juga menjadi salah satu faktor penghambat. Bojonegoro mayoritas masyarakatnya adalah menengah kebawah, mereka enggan untuk mengeluarkan uang lebih untuk hal-hal yang dirasa tidak penting. Hal ini yang menyebabkan jarang sekali ditemukan media-media modern, padahal dengan media modern dapat membantu anak lebih tertarik dalam belajar.

Jika dilihat dari segi pemerintahan, mereka hanya melakukan upaya yang formalitas saja, apa yang tampak dipermukaan saja. Sehingga upaya yang dilakukan kurang fokus dan mengena kepada target permasalahan masyarakat yang ada.

2.5.4.2.Faktor Pendukung

Berkembangnya dunia teknologi saat ini membuka lebarnya pintu kemudahan bagi masyarakat maupun anak-anak untuk mendapat ataupun mencari informasi dalam mengenal motif batik Bojonegoro. Namun semua itu kembali lagi dari kesadaran masyarakat untuk lebih menghargai dan mencintai produk dalam negeri.

Anak-anak usia 6-12 tahun adalah masa dimana mereka mengalami pencarian hal-hal baru dalam hidup mereka. Mereka mulai mampu mengenal berbagai permainan, belajar aturan main, sportivitas, dan kompetisi. Masa ini yang mampu mendorong anak-anak tertarik belajar suatu pelajaran yang baru bersama teman-temannya. Tetapi pada tahapan usia ini, mereka lebih suka dibimbing oleh guru atau seseorang yang lebih mengerti tentang pokok bahasan.

Oleh karena itu, media-media informasi yang digunakan untuk anak-anak tentu tidak sama dengan media-media yang akan digunakan untuk remaja. Media yang digunakan adalah media-media yang dilakukan dengan pembimbingan.

2.5.4.3 Permasalahan

Dari hasil analisa latar belakang permasalahan yang ada, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa masalah yang muncul adalah kurangnya pengetahuan anak-anak Bojonegoro mengenai motif batik yang dimiliki Kabupaten Bojonegoro. Tentunya hal ini tidak lepas dari peranan orang dewasa dalam mengenalkan batik ini.

Di Bojonegoro yang mayoritas masyarakatnya adalah menengah ke bawah, enggan untuk mengeluarkan uang lebih untuk anak-anak mereka. Hal ini yang mengakibatkan jarang sekali ditemui media-media modern di Bojonegoro.

2.5.4.4 Kesimpulan dan Pemecahan Masalah

Penulis dapat melihat suatu gagasan yang dapat menjadi suatu pemecahan atau jalan keluar untuk mengatasi permasalahan yang ada, yaitu kurangnya pengetahuan anak-anak Bojonegoro mengenai motif batik yang dimiliki Kabupaten Bojonegoro. Adapun pemecahan masalah yang digagas oleh penulis adalah dengan melakukan kampanye pengenalan motif batik “Jonegoroan” kepada anak-anak usia 6-12 tahun di Kabupaten Bojonegoro. Kampanye ini bertujuan untuk mengenalkan batik “Jonegoroan” kepada anak-anak usia 6-12 tahun melalui motif-motif yang ada. Selain itu adalah untuk membantu menanamkan rasa cinta batik sejak dini di Kabupaten Bojonegoro ini.

Bentuk kampanye atau kegiatan yang nantinya akan dilakukan adalah di beberapa Sekolah Dasar di Bojonegoro. Media yang digunakan dipilih berdasarkan usia anak-anak 6-12 tahun, contohnya adalah poster, notes, dan lain sebagainya. Dengan kampanye dan media-media yang telah disesuaikan dengan anak-anak, penulis berharap dapat mengenalkan motif batik “Jonegoroan” dan membantu menanamkan rasa cinta kepada batik sejak dini di Kabupaten Bojonegoro.