

**TRANSFORMASI MAKNA BATIK CIREBON: DALAM
PERSPEKTIF POLITIK NEGARA DAN SIMBOL IDENTITAS**

Darto Wahidin

12040254013 (Prodi S1-PPKn, FISH, UNESA) dartowahidin2@gmail.com

Sarmini

0008086803 (PPKn, FISH, UNESA) sarmini.unesa@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk transformasi makna batik Cirebon dalam perspektif politik negara dan simbol identitas serta untuk mengungkap faktor-faktor dominan yang memengaruhi transformasi makna batik Cirebon dulu hingga sekarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, data yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk deskriptif dan desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Data diperoleh dengan menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Wawancara mendalam diajukan kepada pengusaha, pengrajin, dan konsumen dengan informan sebanyak 17 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk transformasi makna batik Cirebon dalam perspektif politik negara terdiri dari perkembangan motif batik Cirebon, perkembangan pakem batik Cirebon, batik Cirebon sebagai simbol politik, konsumen dulu hingga sekarang sedangkan dari segi simbol identitas dapat dilihat batik Cirebon dalam simbol identitas sebagai batik Pesisiran dan batik Keraton, makna batik Cirebon, batik dulu sebagai pakaian berdimensi, batik sekarang sebagai pakaian segala aspek, batik sebagai simbol identitas. Dilihat dari kedua perspektif tersebut yang akan membentuk transformasi gambar, transformasi warna, dan transformasi kegunaan. Transformasi makna batik Cirebon dipengaruhi oleh faktor-faktor dominan yakni faktor fisik, faktor ekonomi, dan faktor budaya. Dalam konteks teori interaksionisme simbolik dari Herbert Blumer aktor akan memilih, memeriksa, berpikir, dan mentransformasikan makna berdasarkan situasi tindakannya.

Kata kunci: transformasi makna, batik Cirebon, simbol identitas

Abstract

This study aimed to describe the shape transformation of meaning Cirebon batik in the country's political perspective and a symbol of identity and to reveal the dominant factors that influence the transformation of the meaning of Cirebon batik past until now. This study used a qualitative approach, the data used in this study is descriptive and research design used in this research is phenomenology. Data obtained by using observation, interview, and documentation. In-depth interviews submitted to businessmen, craftsmen and consumers with the informant as many as 17 people. The results of this study indicate that the shape transformation of meaning Cirebon batik in the political perspective of the country consists of the development of Cirebon batik motif, the development of standard batik Cirebon, Cirebon batik as a political symbol, consumers used up to now, while in terms of symbols of identity can be seen in batik Cirebon in a symbol of identity as batik coastal and batik palace, meaning Cirebon batik, batik used as a dimensionless clothing, batik now as clothing of all aspects of batik as a symbol of identity. Viewed from both perspectives which will form the image transformations, color transformation, and transformation usability. The transformation of the meaning of Cirebon batik influenced by the dominant factors that physical factors, economic factors, and cultural factors. In the context of the theory of Herbert Blumer symbolic interactionism actors will select, examine, think, and transform the meaning of his actions based on the situation.

Keywords: transformation of meaning, batik Cirebon, a symbol of identity

PENDAHULUAN

Pengaruh modernisasi sangat besar dampaknya pada kehidupan manusia. Pengaruh yang ditimbulkan bisa secara langsung maupun tidak langsung. Ide-ide ataupun fenomena kehidupan dapat memengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku seseorang. Dalam modernisasi terdapat ciri-ciri kemodernan seperti yang dikemukakan oleh Kumar diantaranya individualisme, diferensiasi, rasionalitas, ekonomisme, dan perkembangan (dalam Martono, 2014:174). Pada ciri kemodernan berupa perkembangan, modernisasi cenderung memperluas jaringan jangkauannya terutama ruangnya dan inilah yang dinamakan globalisasi.

Modernitas menjangkau aspek pribadi individu seperti keyakinan agama, perilaku seksual, selera konsumsi, pola hiburan, dan lain-lain. Menurut Pool, modernisasi mempunyai arti yang sangat luas mencakup proses memperoleh citra atau *image* baru seperti citra mengenai arah perubahan atau mengenai kemungkinan perkembangannya (dalam Martono, 2014:173).

Batik salah satu fenomena yang mengalami modernisasi dalam kebudayaan tradisional. Batik dikarakterkan sebagai salah satu perangkat modernitas. Batik sebagai warisan kebudayaan tradisional peninggalan dari nenek moyang merupakan karya bangsa yang merefleksikan sebuah produk seni yang memiliki estetika, bahkan filosofi yang tinggi.

Tetapi kini batik telah mengalami suatu proses perkembangan yang sangat pesat. Proses transformasi dapat dilihat dengan adanya perubahan bentuk sebagai akibat dari perubahan konsep desain motif. Suatu arus desain yang terkait kebutuhan akan identitas desain baru. Pengembangan bentuk dan pola motif ragam hias atau *ornament*, dan *isen-isen* motif batik baru dapat menciptakan paduan-paduan motif yang kreatif, bentuk, dan garis motif yang bebas terbuka dan idaman estetika spasial yang baru. Pada masa kini motif batik telah berkembang sejalan dengan perkembangan pola pikir manusia, sehingga lahirlah berbagai macam motif batik yang baru.

Batik pun telah mengalami pergeseran pada pakem-pakem tradisionalnya. Berbagai motif batik memiliki pakem-pakem tersendiri, namun dalam perkembangannya muncul batik modern yang tak lagi berpedoman pada pakem-pakem tradisionalnya. Padahal dalam pakem-pakem tradisional terdapat filosofi kehidupan. Bahkan masyarakat kini lebih menyukai batik dengan warna-warna yang cerah

ketimbang pakem-pakem tradisionalnya. Tidak jarang pengrajin batik pun mengabaikan nilai-nilai tradisionalnya karena tuntutan permintaan pengusaha batik dan konsumen.

Pada tingkat yang kurang lebih sadar, kebiasaan berpakaian sudah menjadi alat, membentuk, dan memproduksi berbagai kelompok orang-orang dalam arti bahwa batas-batas antara kelompok-kelompok tersebut menjadi sangat jelas dan oleh karena itu sukar dilangkahi. Baik negara maupun kelompok kepentingan menggunakan kode-kode berpakaian untuk menciptakan penampilan kuat dari kontrol negara, kebangsaan, atau solidaritas kelompok. Artinya bahwa batik dapat menjadi alat penguasa untuk membentuk segregasi sosial pada masyarakat. Pada masyarakat kerajaan di Indonesia pakaian raja, bangsawan, dan rakyat selalu dibedakan baik kualitas, desain, maupun waktu penggunaannya. Hal ini sebagai pembeda dari status sosial mereka dan ini berlanjut hingga kolonisasi yang dilakukan oleh Bangsa-Bangsa Eropa di Indonesia.

Perubahan zaman dari pemerintahan kerajaan ke pemerintahan Republik, berdampak terhadap salah satu fungsi awal konsep penciptaan dan penerapan batik dalam kehidupan sosial budaya masyarakat. Sebagai sebuah hasil kebudayaan, batik tentu tidak terlepas dari aspek politik negara. Penerapan batik selalu dikonsepsi dan disesuaikan dengan keperluan atau fungsinya, ada fenomena pergeseran konsep yang terjadi dalam penerapan batik pada setiap zamannya. Perubahan era pemerintahan berbanding lurus dengan pergeseran pemaknaan dalam penggunaan atribut dan simbol ini selalu disesuaikan dengan kepentingan sebuah pemerintahan baru.

Pada tanggal 28 September-2 Oktober 2009 UNESCO menggelar sidang di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab. Hasil sidang tersebut mengumumkan bahwa batik Indonesia sebagai warisan budaya dunia tak benda (*intangible cultural heritage/ICH*). Batik merupakan warisan ketiga Indonesia setelah wayang dan keris dalam *Intangible Heritage of Humanity* UNESCO. Untuk merayakan keberhasilan tersebut, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mengeluarkan Keputusan Presiden No. 33 Tahun 2009 menetapkan tanggal 2 Oktober sebagai hari batik nasional dan mengimbau kepada seluruh masyarakat Indonesia untuk mengenakan pakaian batik, demi penghargaan terhadap kebudayaan Indonesia tersebut.

Dalam realitasnya sekarang ini, batik dijadikan identitas yang dikonstruksi oleh negara. Menurut Sarmini (2009, 685-686) ada tiga kontrol negara terhadap warga negaranya melalui pakaian. *Pertama*, negara mengharuskan warganya untuk berpakaian

batik sebagai representasi kececisan dan kerapian. *Kedua*, komodifikasi pakaian daerah menjadi pakaian nasional. *Ketiga*, penekanan penggunaan batik sebagai seragam. Melihat hal tersebut pada kenyataannya produk batik dikonstruksi oleh negara menjadi identitas negara. Dalam hal ini batik menemukan momentumnya yang tepat untuk mengembangkan produk batik yang ada di daerah-daerah untuk dikembangkan potensinya.

Batik menjadi pakaian berbahasa simbolik, menurut Turner (dalam Sarmini, 2009:678) mengkonseptikan bahasa pakaian pada tubuh yang dikenal dengan istilah *symbolic language*. Pakaian batik mampu menunjukkan dalam masyarakat pembeda kelas sosial bahkan menjadi gaya hidup bagi seseorang. Dalam hal ini berkaitan dengan dimensi ruang dan waktu yang bersifat seremonial seperti acara adat, perkawinan, pelantikan raja sampai pada upacara keagamaan. Namun kemudian telah bergeser yang mengalami transformasi penggunaannya yang dulu hanya sebagai acara seremonial kini telah menjadi pakaian keseharian yang berdimensi di segala aspek bidang masyarakat.

Identitas merupakan konstruksi sosial yang dapat diekspresikan melalui berbagai bentuk representasi yang dapat dikenali oleh orang lain. Menurut Giddens, identitas diri dapat dipahami secara reflektif oleh orang dalam konteks biografinya (dalam Barker, 2013:175). Bahkan menurut Weeks turut menyatakan, identitas merupakan kesamaan seseorang dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan orang tersebut dari orang lain (dalam Barker, 2013:176). Sehingga identitas dapat dimaknai melalui tanda-tanda seperti selera, kepercayaan, sikap, bahkan menjadi gaya hidup bagi kalangan tertentu.

Batik merupakan salah satu produk budaya bangsa. Dalam perkembangannya batik mengalami perkembangan corak, teknik, proses dan fungsinya akibat perjalanan masa dan sentuhan berbagai budaya lainnya. Batik dibangun dengan pandangan dasar artistik yang berkembang sesuai dengan tuntutan zaman. Kekayaan ragam hiasnya sangat dipengaruhi oleh perjalanan sejarah, hal tersebut menjadi variasi yang sangat menarik karena memadukan berbagai zaman. Ragam hias dan warna batik dipengaruhi oleh berbagai unsur zaman. Ragam hias yang ada dalam batik sekarang ini pada dasarnya telah kehilangan identitas aslinya, karena pengaruh perkembangan zaman dan ditambah lagi dengan perpaduan unsur *mode fashion modern*.

Batik merupakan pakaian yang keberadaannya tidak bisa dilepaskan dalam perkembangan *fashion*. Seperti halnya *mode* pakaian lainnya, batik sekarang ini bukan hanya sebagai pakaian dan perhiasan namun selalu mengikuti perkembangan zamannya. Pergeseran penggunaan batik telah mengalami pergeseran dari berbagai acara seremonial, kini telah beralih sebagai pakaian keseharian. Pergeseran ini pun bukan hanya dari segi fungsi, tetapi kini batik yang dipakai tidak lagi mengikuti pakem-pakem aslinya. Batik yang ada sekarang kebanyakan mengikuti *mode fashion modern*.

Batik yang mempunyai simbol dan makna tersebut hanya ada di Indonesia, batik-batik tersebut dibuat dengan ditulis pada kain atau yang lebih dikenal dengan batik tulis. *Over time, batik has developed by the advancement of technology and futher, in many different areas of Indonesia, batik is found in variation in terms of motif. In its development, batik has been changing significantly. Nowadays, batik develops into batik tulis (written), batik cap (stamp), batik kombinasi (combination), and batik printing (printed)* (Saddhono, 2014:54).

Batik tulis tersebut merupakan hasil seni budaya nenek moyang yang sangat adiluhung karena setiap unturnya memiliki filosofi yang bermakna sangat dalam bagi kehidupan manusia, pemahaman makna simbolik atau sering disebut dengan semiotik ini sudah kurang dipahami oleh masyarakat. Dalam batik tradisional susunan motifnya terikat oleh suatu ikatan tertentu dengan *isen-isen* tertentu dan memiliki filosofi atau kebermaknaan yang sangat tinggi. Dari segi harga pun batik tulis menempati harga yang paling mahal. *Batik tulis is a fabric textures and patterns decorated with batik by hand. Batik this type takes approximately 2-3 months* (Steelyana, 2012: 122).

Seiring dengan berkembangnya teknologi, pada abad ke-19 karena pengaruh dari China, muncul batik yang proses pelapisan malamnya menggunakan alat cap, batik tersebut sering disebut dengan batik cap. *Batik cap creating batik is a very time consuming craft. To meet growing demands and make the fabric more affordable to the masses, in the mid-19th century the cap (copper stamp - pronounced chop) was developed* (Steelyana, 2012: 122). Dengan teknologi baru tersebut, dalam satu hari para pengrajin batik bisa menghasilkan banyak kain batik. Batik cap banyak beredar di Indonesia, ini mengakibatkan batik tulis di Indonesia terancam. Jika dilihat dari segi kualitas ketelitian motif, batik tulis dianggap jauh lebih *superior* dibanding batik cap.

Namun dari segi harga, batik cap jauh lebih terjangkau.

Ironisnya, masyarakat Indonesia yang sangat kuat menyuarkan melestarikan budaya bangsa dengan mengenakan batik, justru seringkali menggunakan batik *printing* yang *notabene* bukan merupakan batik Indonesia. Tidak jarang dari masyarakat bahkan sampai tingkat pejabat Pemerintahan merasa mengenakan batik padahal yang ia pakai adalah kain bermotif batik atau batik *printing*. Dalam hal ini masyarakat konsumen tersebut mencitrakan diri sebagai nasionalis yang ingin melestarikan budaya bangsa, namun realitasnya, baik secara sadar maupun tidak, konsumen batik *printing* justru mengancam kelestarian budaya bangsa khususnya batik Indonesia.

Berseberangan dengan batik tulis maupun cap, batik *printing* justru meniadakan perbedaan kelas seseorang dalam masyarakat, pekerjaan hingga kedewasaan. Batik *printing* meniadakan *urgensi* makna simbolik yang terkandung dalam tiap motif batik. Kain yang diproduksi massal ini menyambut tiap lapisan masyarakat dengan tangan terbuka untuk mengkonsumsi tiap jenis motif batik dalam situasi apapun. Dengan mengambil bentuk-bentuk estetika batik namun meniadakan maknanya, batik *printing* telah mencabut batik dari semangat zamannya dan menempatkan dalam konteks semangat zaman kini.

Kemunculan dan perkembangan batik banyak dikaitkan dengan keberadaan kerajaan atau Keraton di Jawa. Dalam sejarahnya, batik di Indonesia dikenal sejak zaman Majapahit sekitar akhir abad 18 atau awal abad 19. Pada saat itu yang dikenal hanya batik tulis. Ketika kerajaan Majapahit runtuh, banyak orang-orang Majapahit yang berpindah ke berbagai wilayah seperti Solo, Yogyakarta, Pekalongan, bahkan sampai ke Cirebon. Dalam hal ini daerah yang menjadi tempat pelarian orang-orang Majapahit tersebut mendapat pengaruh dalam proses kebudayaan Majapahit yaitu pembuatan kain batik tradisional. Sehingga daerah-daerah tersebut hingga kini dikenal akan batiknya. Daerah-daerah tersebut memiliki motif-motif batik yang beragam dari motif tersebut mengandung simbol dan makna keluhuran yang begitu dalam, yang mengandung filosofi bukan saja kehidupan dunia tetapi juga akhirat.

Batik Cirebon mempunyai keunikan tersendiri yang menjadi pembeda antara batik Cirebon dengan batik dari daerah lainnya, karena batik Cirebon sebagai batik Pesisiran sekaligus batik Keraton. Daerah penghasil dan produksi batik yang terkenal di Cirebon adalah Desa Trusmi yang terletak sekitar 5

kilometer arah Barat dari pusat Kota Cirebon. Desa-Desa disekitar Desa Trusmi pun menghasilkan produksi dan bahkan menjadi pengrajin batik seperti Desa Gamel, Kaliwulu, Wotgali, Kalitengah, dan Panembahan. Tetapi pusat batik Cirebon terdapat di Desa Trusmi karena di Desa tersebut banyak sekali *showroom-showroom* atau butik atau toko batik yang dimiliki oleh orang Trusmi sendiri bahkan ada beberapa yang dimiliki oleh orang luar Desa Trusmi hanya ada beberapa. Menurut Steelyana (2012:120) *also known as Trusmi batik because that is the primary production area. The most well know Cirebon motif batik is mega mendung (rain cloud) that was used in the former Cirebon Keraton. This cloud motif shows Chinese influence.*

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut (1) Bagaimana bentuk transformasi makna batik Cirebon dalam perspektif politik negara dan simbol identitas? (2) Apa saja faktor-faktor dominan yang memengaruhi transformasi makna batik Cirebon?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi yaitu desain yang berpandangan bahwa apa yang nampak dipermukaan termasuk pola perilaku manusia sehari-hari merupakan suatu gejala atau fenomena dari apa yang tersembunyi. Penggunaan desain penelitian fenomenologi dipilih karena melalui desain ini akan membantu peneliti dalam memahami berbagai gejala perubahan dan pemaknaan (prespektif subjek) dalam memilih batik.

Bila dilihat dari berbagai sumber datanya, maka dapat digunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Dalam penelitian ini terdapat definisi operasional variabel. Agar suatu penelitian mempunyai batas pengertian yang jelas dan mudah diukur, maka perlu diuraikan arti dari tiap-tiap konsep penelitian ini. Menurut Kerlinger (1995:51), menyebutkan bahwa definisi operasional variabel penelitian akan memberikan arti pada satu variabel dengan menunjukkan cara melakukan kegiatan yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Dengan demikian definisi operasional merupakan semacam

petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel.

Adapun definisi operasional dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah transformasi makna. Transformasi makna adalah perubahan rupa seperti transformasi gambar, transformasi warna, dan transformasi kegunaannya yang berubah dari sebelumnya. Faktor-faktor dominan di penelitian ini adalah berbagai hal yang memengaruhi transformasi makna batik Cirebon. Faktor-faktor dominan ini dapat diperoleh dari pengalaman-pengalaman atau kesadaran konsumen memakai batik Cirebon tersebut. Berdasarkan definisi operasional variabel tersebut, maka indikator variabel dari faktor-faktor dominan yang memengaruhi transformasi makna batik Cirebon adalah faktor fisik, faktor ekonomi, dan faktor budaya.

Lokasi penelitian yang dijadikan untuk penelitian ini adalah di Desa Trusmi Kulon Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon. Alasan penelitian di Desa Trusmi Kulon ini sebagai tempat penelitian karena Desa Trusmi Kulon terkenal sebagai Desa pengrajin batik di Cirebon dan salah satu pusat batik terbesar di Jawa Barat yang lokasinya strategis karena berada di pantai Utara pulau Jawa (pantura) yang hanya berjarak 5 kilometer dari pusat kota Cirebon dan selalu ramai dipadati oleh pengunjung.

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian (Bungin, 2009:76). Penentuan informan penelitian dilakukan secara *purposive sampling* yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu (Sugiyono, 2015:299). Dan teknik *snowball sampling*, menurut Sugiyono (2015:125) *snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil kemudian membesar. Dalam hal ini subjek penelitian ditentukan secara *purposive sampling* hal ini disebabkan karena orientasi penelitian yang ditunjukkan adalah pengusaha batik, pengrajin batik, dan konsumen. Dengan tujuan agar peneliti memiliki pengetahuan yang cukup serta mampu menjelaskan keadaan yang sebenarnya tentang fokus penelitian serta diperoleh variasi jawaban sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.

Sesuai dengan bentuk pendekatan penelitian kualitatif, maka teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Menurut Creswell (2013:267), menyatakan bahwa untuk mengumpulkan data dalam kegiatan penelitian diperlukan cara-cara atau teknik pengumpulan data tertentu sehingga proses penelitian dapat berjalan

lancar. Menurut Marshall, menyatakan *through observation the researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior* (dalam Sugiyono, 2015:310). Menurut Esterberg mendefinisikan wawancara sebagai *a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic* (dalam Sugiyono, 2015:317). Menurut Bogdan, dokumentasi merupakan *in most tradition of qualitative research, the phrase personal document is used broadly to refer to any first person narrative produced by an individual which describes his or her own actions, experience and belief* (dalam Sugiyono, 2015:329).

Analisis data merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan refleksi terus-menerus terhadap data, mengajukan pertanyaan-pertanyaan analitis dan menulis catatan singkat sepanjang penelitian (Creswell, 2013). Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis interatif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman *the most serious and central difficulty in the use of qualitative data is that methods of analysis are not well formulate* (dalam Sugiyono, 2015:334). Dalam penelitian ini data diperoleh dari berbagai sumber yakni, observasi dan wawancara mendalam, dan dokumentasi. Data-data yang telah didapatkan selama proses penelitian kemudian dilakukan proses selanjutnya yaitu mereduksi data. Kemudian data disajikan data selain dalam bentuk narasi kalimat, juga dapat meliputi berbagai jenis matriks, gambar atau skema, jaringan kerja kaitan kegiatan, dan juga tabel sebagai pendukung narasinya. Kemudian ditarik simpulan yang dapat menghubungkan dengan teori interaksionisme simbolik, jika kurang mantap makan dilakukan verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk transformasi makna batik Cirebon dalam perspektif politik negara dan simbol identitas terlihat dari adanya bentuk transformasi gambar, transformasi warna, dan transformasi kegunaan yang dibentuk oleh pengusaha batik, pengrajin batik, dan konsumen batik Cirebon. Untuk itu fokus penelitian pertama dan kedua pada penelitian ini yakni bagaimana bentuk transformasi makna batik Cirebon dalam politik negara dan simbol

identitas serta apa saja faktor-faktor dominan yang memengaruhi transformasi makna batik Cirebon.

Dalam pelaksanaan transformasi makna dapat terlihat dari adanya transformasi gambar yang dilakukan oleh tiap-tiap pengusaha dan pengrajin. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat konsumen dan tetap mempertahankan keberadaan batik Cirebon. Transformasi gambar dapat terlihat dari batik Cirebon dalam simbol identitas sebagai batik Pesisiran dan Keraton, Perkembangan motif batik Cirebon dulu dan sekarang, dan perkembangan pakem batik Cirebon.

Batik Cirebon dalam simbol identitas batik Pesisiran dan Keraton, menjadi sebuah identitas yang dikenal oleh masyarakat luas. Pengusaha dan pengrajin batik Cirebon dapat menentukan apakah itu batik Cirebon atau batik dari daerah lainnya, karena batik Cirebon mempunyai identitas sebagai batik Pesisiran dan batik Keraton. Adapun batik Cirebon dalam simbol identitas batik Pesisiran dan Keraton dilakukan atas dasar tertentu yakni batik Pesisiran Cirebon warnanya lebih cerah, bermotifkan flora dan fauna, hal ini karena pengaruh daerah Cirebon sebagai jalur perdagangan sedangkan batik Keraton warnanya klasik, hal ini dipengaruhi oleh benda-benda dan situs-situs di Keraton, keberadaan Keraton di Kota Cirebon sangat berpengaruh terhadap batik Keraton Cirebon. Berikut petikan wawancara yang diungkapkan oleh Mike Septiani:

“...Kalau warna tergantung dari jenis kategori batiknya, di Indonesia sendiri kategori batik ada dua motif Keratonan dan Pesisiran. Semua daerah pasti punya kategori batik, misalnya Jogja, Solo karena ada Keraton maka motifnya banyak Keraton, warna motif batik Keraton cenderung warna klasik, hitam, coklat, *cream*, *sogan*. Sedangkan motif batik Pesisiran lebih cerah, biru, merah, dan sebagainya. Kalau batik Pesisiran motifnya diadaptasi dari flora sama fauna. Kalau Keraton diambil dari benda-benda Keraton. Keunggulan Cirebon juga punya dua kategori tersebut, kalau di daerah Solo, Jogja punya Keraton walaupun di Jogja ada Pesisir tapi tidak aktif sebagai jalur perdagangan maka tidak ada motif Pesisiran. Kalau di Pekalongan gak ada Keraton jadi motifnya banyaknya Pesisiran. Cirebon uniknya ada dua karena pengaruh daerahnya...” (Data Primer: 20 Februari 2016).

Berdasarkan petikan wawancara di atas terlihat Mike Septiani menjelaskan batik Cirebon berdasarkan transformasi gambar yang dilakukan melalui batik

Cirebon dalam identitasnya sebagai batik Pesisiran dan Keraton. Dengan kategori batik Pesisiran Cirebon warnanya lebih cerah, motif diadaptasi dari flora sama fauna, Cirebon unik karena pengaruh daerahnya. Sedangkan batik Keraton warnanya klasik, hal ini dipengaruhi oleh benda-benda dan situs-situs di Keraton. Identitas sebagai batik Pesisiran dan Keraton ini yang menjadikan batik Cirebon mempunyai keunggulan dan keunikan dengan daerah lainnya.

Perkembangan motif batik Cirebon dulu dan sekarang telah mengalami perubahan yang sangat pesat. Hal ini dilakukan dalam melakukan transformasi gambar yakni dalam perspektif politik negara. Perkembangan batik Cirebon dulu dan sekarang yang dilakukan oleh pengusaha dan pengrajin. Perkembangan motif batik Cirebon yang dilakukan yakni dengan cara motif batik Cirebon dikombinasi, dikreasi, dicampuri, motifnya dirubah, dibuat modern, inovatif zaman sekarang, mengikuti model zaman sekarang, sehingga menyebabkan adanya perubahan nama menjadi batik Kontemporer. Berikut petikan wawancara yang diungkapkan oleh Hj. Annati Asofa:

“...Perkembangannya banyak misalkan biasanya model-model zaman dulu sekarang ada motif-motif modern dikombinasi, dikreasi, jadi gak begitu-begitu saja, lihat-lihat perkembangan pasaran kalau lagi ramainya begitu...” (Data Primer: 17 Februari 2016).

Berdasarkan petikan wawancara di atas terlihat Hj. Annati Asofa sebagai seorang pemilik usaha batik Cirebon menjelaskan batik Cirebon berdasarkan transformasi gambar yang dilakukan melalui perkembangan motif batik Cirebon dulu dan sekarang telah banyak mengalami perkembangan misalnya biasanya batik-batik zaman dulu dikombinasi dan dikreasi sehingga seperti sekarang menghasilkan motif-motif modern, dengan tujuan agar motif batik Cirebon tidak begitu-begitu saja dan melihat perkembangan pasaran yang sedang rame.

Perkembangan pakem batik Cirebon, batik Cirebon yang beridentitas sebagai batik Pesisiran dan batik Keraton dalam perjalanannya telah mengalami perkembangan pada motif-motifnya dulu dan sekarang yang dilakukan oleh pengusaha dan pengrajin. Perkembangan pada motif tersebut membawa dampak pada pakem batik Cirebon itu sendiri. Perkembangan pakem batik Cirebon yang dilakukan dengan cara gak menghilangkan pakem-pakemnya, divariasi dan dikombinasi, menambahkan, batik Keratonan tidak boleh menghilangkan pakem seutuhnya, dan batik lawasan tetap memakai pakem seutuhnya. Berikut

petikan wawancara yang diungkapkan oleh Hj. Annati Asofa: "...Gak hilang pakemnya, terkadang mega mendung divariasi atau dicampur-campur..." (Data Primer: 17 Februari 2015).

Berdasarkan petikan wawancara di atas terlihat Hj. Annati Asofa seorang pemilik usaha batik Asofa menjelaskan bahwa motif-motif batik Cirebon yang telah berkembang pesat sekarang ini tidak menghilangkan pakem-pakem aslinya. Yang dicontohkannya mega mendung kemudian divariasi dan dicampur-campur tapi tetap mega mendung ya seperti itu. Terlihat bahwa dalam hal ini hanya memvariasi dan mencampur-campurkan saja pada pakem batik Cirebon tersebut.

Dalam pelaksanaan transformasi makna dapat terlihat dari adanya transformasi warna yang dilakukan oleh pengusaha dan pengrajin. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan keberadaan batik Cirebon dan menarik konsumen. Transformasi warna dapat terlihat dari makna batik Cirebon, batik Cirebon sebagai simbol politik, dan konsumen dulu hingga sekarang.

Makna batik Cirebon yang dituturkan oleh pengusaha dan pengrajin di daerah Trusmi Cirebon hanya beberapa saja karena dalam catatan versi Keraton di Cirebon yang sebagai batik Cirebon tersebut sekitar 400 an. Diantaranya beberapa tersebut diantaranya batik sawat pengantin, mega mendung, singa payung, taman arum sari, ayam alas gunung jati, lung-lung, killin, delima, kelapa setundun, yang diungkapkan.

Batik Cirebon sebagai simbol politik, batik Cirebon bukan hanya dikenal oleh masyarakat luas sebagai batik Pesisiran dan Keraton semata. Namun, di dalam perkembangannya banyak motif-motif batik Cirebon yang bersimbolkan politik kenegaraan dan realitas yang ada banyak pengrajin dan pengusaha yang menuangkan batik sebagai ungkapan kritikan terhadap pemerintahan yang berkuasa. Seperti yang diungkapkan dalam wawancara dengan Tri Ayu Septiani berikut ini:

"...Kalau singa payung, singa barang itu masuknya Keratonan, lebih kekuasaannya kerajaan orang yang memakai zaman dulu terus letak tingginya jabatan semakin beda semakin bagus..." (Data Primer: 25 Februari 2016).

Berdasarkan petikan wawancara di atas terlihat Tri Ayu Priatin menjelaskan bahwa singa payung dan singa barang masuk dalam batik Keraton. kedua batik tersebut menyimbolkan kekuasaan kerajaan dan letak tingginya jabatan bahkan orang-orang zaman dulu memakai batik sesuai dengan tingginya sebuah jabatan. Tri Ayu Priatin paham betul bahwa dulu Cirebon

sebagai sebuah kerajaan, hal ini dibuktikan dengan adanya 3 Keraton di Cirebon.

Konsumen dulu dan sekarang, batik Cirebon telah dikenal oleh masyarakat luas sehingga konsumennya bukan hanya masyarakat lokal semata yaitu masyarakat Cirebon dan sekitarnya. Tetapi, batik sudah menjadi bagian dari sebuah gaya hidup sehingga bagi kalangan tertentu batik menjadi status sosial untuk menunjukkan statusnya sebagai kalangan mana berasal, atas apa yang melekat dalam tubuhnya. Konsumen dulu dan sekarang batik Cirebon bervariasi seperti kalangan menengah, masyarakat lokal, Pemerintah daerah, Kementerian, Pejabat, bahkan Presiden sampai orang luar negeri telah menyukai batik Cirebon. Seperti yang diungkapkan dalam wawancara dengan Hj. Annati Asofa berikut ini:

"...Konsumennya kebanyakan dari Jakarta, lokal juga, rata-rata menengah, karena ibu menyediakan batik yang murah-murah kebanyakan untuk kelas-kelas biasa..." (Data Primer: 17 Februari 2016).

Berdasarkan petikan wawancara di atas terlihat Hj. Annati Asofa selaku pemilik *showroom* batik Asofa yang mempunyai 2 *showroom* tersebut menjelaskan bahwa di *showroom* nya hanya menjual untuk kalangan biasa sehingga harganya pun murah-murah. Jadi konsumen yang sering datang di *showroom* nya tersebut kebanyakan kalangan menengah, dari Jakarta dan masyarakat lokal yang dimaksud masyarakat lokal disini adalah Cirebon dan sekitarnya.

Dalam pelaksanaan transformasi makna dapat terlihat dari adanya transformasi kegunaan yang dilakukan oleh tiap-tiap pengusaha, pengrajin, dan konsumen. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan keberadaan batik Cirebon bahwa batik bukan hanya sekedar pakaian semata tetapi banyak variatifnya. Transformasi kegunaan dapat terlihat dari batik dulu sebagai pakaian berdimensi, batik sekarang sebagai pakaian segala aspek dan batik sebagai simbol identitas.

Batik dulu sebagai pakaian berdimensi, batik dulu hanya dipakai oleh kalangan tertentu saja misalnya kalangan Keraton, kerabat Keraton. Dalam hal ini terjadi pembatasan antara penguasa dan rakyat biasa. Sehingga *image* batik dulu sebagai pakaian berdimensi begitu melekat hingga sekarang sebagai pakaian berdimensi kerajaan, pakaian berdimensi Keraton, pakaian berdimensi adat, dan pakaian berdimensi pengantin. Berikut petikan wawancara yang diungkapkan oleh Tri Ayu Priatin:

"...Dari perkembangan zaman juga, kalau yang dulu-dulu batik dipakai buat hal-hal tertentu saja hanya di kerajaan, untuk

kalangan menengah kebawah suka tidak memakai batik, paling buat acara resmi formal saja. Kalau sekarang kemana-mana juga pakai batik biasa saja. Mungkin dari situ biar orang lebih leluasa pakai batik biar gak dianggap kuno...” (Data Primer: 25 Februari 2016).

Berdasarkan petikan wawancara di atas terlihat Tri Ayu Priatin menjelaskan bahwa perkembangan batik zaman dulu dipakai untuk hal-hal tertentu di kerajaan, untuk menengah kebawah suka tidak memakainya. Tetapi, sekarang buat acara formal dan sekarang kemana-mana juga pakai batik biasa saja. Dari sinilah batik biar gak dianggap kuno divariasikan dan dikombinasikan. Penjelasan tersebut mengacu pada batik sebagai pakaian berdimensi kerajaan.

Batik sekarang sebagai pakaian segala aspek, batik sekarang tidak hanya digunakan oleh kalangan tertentu saja namun kini semua kalangan memakai batik di segala aspek. Batik yang ada sekarang bukan hanya sebatas pakaian, namun sudah memvariatifkan dirinya dalam semua aspek. Batik sekarang sebagai pakaian segala aspek meliputi aspek pekerjaan, aspek pertemuan, aspek acara resmi, sampai pada aspek perlengkapan rumah tangga. Berikut petikan wawancara yang diungkapkan oleh Tri Ayu Priatin:

“...Sekarang batik dipakai untuk segala aspek, aspek pekerjaan biasanya. Sekarang sudah diwajibkan, hari ini pakai batik. Terkadang dipakai acara semiformal, acara formal wisuda. Pertemuan-pertemuan biasanya, rapat-rapat suka pakai batik, sekarang mesti pakai *descrode* batik dengan warna tertentu...” (Data Primer: 25 Februari 2016).

Berdasarkan petikan wawancara di atas terlihat Tri Ayu Priatin menjelaskan batik sekarang yang dipakai untuk segala hal misalnya aspek pekerjaan yang sudah diwajibkan dalam memakai batik, acara semiformal, pertemuan-pertemuan, rapat-rapat memakai batik. Sekarang lebih banyak memakai *descrode* batik dengan janjian terlebih dahulu. Hal ini menandakan bahwa masyarakat sekarang semakin sadar akan sebuah pakaian hasil dari sebuah budaya masyarakat Jawa.

Batik sebagai simbol identitas, batik di era modern bukan hanya sebagai bungkus yang ditampilkan dalam sebuah pakaian tetapi lebih dari itu. Batik sekarang bagi seseorang mencerminkan sebuah status sosial sehingga batik dapat menjadi simbol identitas bagi kalangan tertentu. Batik sebagai simbol identitas dapat dilihat dari identitas diri, identitas kantor, identitas sekolah, identitas instansi, dan identitas

lembaga. Berikut petikan wawancara yang diungkapkan oleh Tri Ayu Priatin:

“...Batik sekarang sebagai simbol identitas bagi seseorang menunjukkan kelas atas. Terkadang ada konsumen yang suka memilih motif batik tulis seperti ini, tapi kebetulan motif tersebut tidak ada adanya *printing*. Biasanya konsumen tanya batik tulisnya gak ada, karena konsumen tersebut suka pakai batik tulis. Hanya orang-orang yang masih gak paham dengan batik, terkadang tanya ini batik tulis apa bukan...” (Data Primer: 27 Februari 2016).

Berdasarkan petikan wawancara di atas terlihat Tri Ayu Priatin menjelaskan bahwa batik sekarang sebagai simbol identitas bagi seseorang dengan menunjukkan kelasnya. Tri Ayu Priatin mencontohkan ada konsumen ibu-ibu yang meminta batik tulis dengan harga yang mahal, sedangkan di pusat grosir batik Trusmi sedang kosong tetapi konsumen tersebut tetap meminta batik tulis bukan batik *printing*.

Dalam perkembangannya transformasi makna batik Cirebon dalam perspektif politik negara dan simbol identitas sangat dipengaruhi oleh para pengusaha, pengrajin, dan konsumen dalam membeli batik Cirebon tersebut dipengaruhi oleh berbagai hal. Berbagai hal yang menjadi pertimbangan sehingga para informan memutuskan untuk memilih dan mengenakan batik Cirebon tersebut dinamakan faktor-faktor dominan. Faktor-faktor dominan ini dapat diperoleh dari pengalaman-pengalaman atau kesadaran konsumen memakai batik Cirebon tersebut.

Transformasi makna batik Cirebon dalam perspektif politik negara dan simbol identitas telah mengalami suatu masa perkembangan yang begitu sangat cepat. Perkembangan dan perubahan tersebut telah menyebabkan faktor-faktor dominan yang mempengaruhinya. Salah satunya adalah faktor fisik, dimana faktor fisik bisa dilihat dari sesuai ukuran bentuk tubuh, sesuai dibadan ketika memakai, sesuai dengan warna yang disukai, sesuai dengan warna kulit, dipakainya bagus, dan percaya diri dalam memakai. Berikut petikan wawancara yang diungkapkan oleh Nurshilla:

“...Saya lebih memilih batik kombinasi tapi saya gak suka kombinasi karena pakai bajunya susah, di *border* juga susah jika ada kombinasinya, kalau yang polos batiknya di *border* mudah...” (Data Primer: 03 Maret 2016).

Berdasarkan petikan wawancara di atas terlihat Nurshilla konsumen batik Asofa ini menjelaskan

bahwa lebih menyukai yang bukan kombinasi karena menurutnya kombinasi susah jika dibuat baju dan dipakai tubuhnya juga susah bahkan *diborder* juga susah. Menurut Nurshilla lebih mudah yang seluruh kainnya batik tanpa ada kombinasi karena mudah dibuat baju dan *diborder* pun mudah. Dalam hal ini Nurshilla melihat batik yang dipilihnya tersebut untuk yang sesuai dibadannya ketika memakainya. Transformasi makna batik Cirebon dalam perspektif politik negara dan simbol identitas mengalami suatu masa perkembangan yang begitu sangat cepat. Perkembangan dan perubahan tersebut telah menyebabkan faktor-faktor dominan yang mempengaruhinya diantaranya adalah faktor ekonomi, dimana faktor ekonomi bisa dilihat dari harganya murah, harganya mahal, menyukai motif dan warna. Berikut petikan wawancara yang diungkapkan oleh Tatik Is'ati:

“...Kalau beli dari Tegal ke Jogja, jauh dan mahal. Kalau beli di Pekalongan, saya juga dulu kerja ambil bahan dari Pekalongan terus saya buat baju di *bordir*. Kalau bahan dari Pekalongan dibuat baju lalu *border* bahannya tipis. Kalau dibandingkan Pekalongan dengan Cirebon, di Cirebon lebih variatif ada yang tipis dan ada yang tebal...” (Data Primer: 03 Maret 2016).

Berdasarkan petikan wawancara di atas terlihat Tatik Is'ati menjelaskan bahwa Tegal ke Jogja jauh dan mahal. Sedangkan Pekalongan yang jaraknya sama dengan Cirebon menurutnya dulu pernah beli disana untuk *dibordir* tapi ternyata bahannya tipis. Dan memilih Cirebon dengan pertimbangan harganya murah karena jaraknya dekat dan variasi bahan-bahannya ada yang tebal dan tipis tergantung pilihan dan kebutuhannya. Dari petikan tersebut terlihat Tatik Is'ati dipengaruhi oleh faktor ekonomi dalam memilih batik Cirebon.

Transformasi makna batik Cirebon dalam perspektif politik negara dan simbol identitas telah mengalami suatu masa perkembangan yang begitu sangat cepat. Perkembangan dan perubahan tersebut telah menyebabkan faktor-faktor dominan yang mempengaruhinya diantaranya adalah faktor budaya, dimana faktor budaya bisa dilihat dari melestarikan budaya, menyukai batik Indonesia dan tidak menyukai batik Indonesia. Berikut petikan wawancara yang diungkapkan oleh Nurshilla: “...Saya lebih menyukai batik Indonesia, melestarikan budaya...” (Data Primer: 03 Maret 2016).

Berdasarkan petikan wawancara di atas terlihat Nurshilla menjelaskan bahwa jika lebih memilih batik Indonesia atau dari luar negeri seperti Malaysia dan

China, Nurshilla lebih memilih batik Indonesia dengan alasan melestarikan budaya Indonesia, walaupun dalam melestarikan yang dimaksud tersebut belum tentu memilih batik tulis. Penuturan Nurshilla diatas terlihat bahwa dirinya memilih batik Cirebon karena dipengaruhi oleh faktor budaya.

Pembahasan

Dalam perkembangannya bentuk transformasi makna batik Cirebon dalam perspektif politik negara dapat dilihat dari penelitian ini menemukan bahwa jika melihat dalam perspektif politik negara maka ditemukan adanya perkembangan motif batik Cirebon dulu dan sekarang, perkembangan pakem batik Cirebon, batik Cirebon sebagai simbol politik, dan konsumen dulu hingga sekarang. Yang semuanya membentuk transformasi gambar dan transformasi warna.

Bentuk transformasi makna batik Cirebon dari segi simbol identitas dalam penelitian ini menemukan bahwa perspektif simbol identitas telah ditemukan batik Cirebon dalam simbol identitas sebagai batik Pesisiran dan Keraton, makna batik Cirebon, batik sebagai pakaian berdimensi, batik sebagai pakaian segala aspek, dan batik sebagai simbol identitas. Yang semuanya membentuk dengan transformasi gambar, transformasi warna, dan transformasi kegunaan.

Gambar yang ada pada batik Cirebon kini bukan yang seperti dulu, kini batik Cirebon telah mengalami proses penambahan pada motif-motifnya tersebut. Hal ini dilakukan oleh pengusaha dan konsumen dengan tujuan untuk memodifikasi dan mengkombinasikan dengan motif-motif yang baru supaya konsumen lebih tertarik pada batik Cirebon tersebut. Transformasi gambar dalam hal ini meliputi batik Cirebon dalam simbol identitas sebagai batik Pesisiran dan Keraton Cirebon, perkembangan batik Cirebon dulu hingga sekarang, dan perkembangan pakem batik Cirebon.

Batik Cirebon dalam simbol identitas batik Pesisiran dan Keraton, simbol menjadi tanda atau petanda yang digunakan untuk kepentingan tertentu. Sedangkan identitas merupakan konstruksi sosial yang dapat diekspresikan melalui berbagai bentuk representasi yang dapat dikenali oleh orang lain. Identitas menjadi suatu pembeda antara daerah yang satu dengan daerah yang lainnya. Setiap daerah penghasil batik mempunyai identitasnya masing-masing.

Cirebon merupakan daerah penghasil batik yang memiliki keunikan identitas sebagai batik Pesisiran dan Keraton. Identitas sangat dipengaruhi oleh unsur-unsur yang ada di daerah tersebut, sebagaimana yang dikemukakan oleh Giddens bahwa identitas dapat

dipahami secara reflektif oleh orang dalam konteks biografinya (dalam Barker, 2013:175).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada identitas motif batik Pesisiran Cirebon warnanya lebih cerah, bermotifkan flora dan fauna, hal ini karena pengaruh daerah Cirebon sebagai jalur perdagangan dan masyarakatnya yang terbuka dengan budaya asing yang masuk ke daerah Cirebon. Sedangkan identitas sebagai batik Keraton karena pengaruh pada warnanya yang klasik, hal ini dipengaruhi oleh benda-benda dan situs-situs di Keraton, keberadaan Keraton di Kota Cirebon sangat berpengaruh terhadap batik Keraton Cirebon. Di Cirebon sendiri terdapat tiga Keraton yakni Kesepuhan, Kanoman, dan Kacirebonan.

Keterkaitannya dengan budaya Cirebon, sebagai daerah yang berada di Pantai Utara Pulau Jawa, dimana penduduknya sangat terbuka akan budaya yang berasal dari luar masuk ke daerahnya menyebabkan jalur perdagangannya selalu rame sehingga mendapat pengaruh dari luar pada batik Cirebon yang menyebabkan orang mengenalnya batik Pesisiran Cirebon. Keberadaan Keraton yang terdapat tiga buah yakni Keraton Kesepuhan, Keraton Kanoman, dan Keraton Kacirebonan di Kota Cirebon turut memengaruhi pada batik Cirebon sehingga masyarakat mengenalnya sebagai batik Keratonan Cirebon.

Perkembangan batik Cirebon dulu hingga sekarang telah mengalami perkembangan yang begitu sangat pesat. Perkembangan pada batik Cirebon hal ini selalu dipengaruhi oleh perpolitikan negara dan permintaan pasar yang sedang berkembang. Artinya batik Cirebon selalu mengikuti zamannya karena identitas sebagai masyarakat Pesisiran yang memiliki jiwa terbuka terhadap pengaruh budaya masyarakat luar dan pendatang.

Temuan hasil penelitian pada perkembangan batik Cirebon dulu dan sekarang diantaranya yakni dengan cara motif batik Cirebon dikombinasi, dikreasikan, dicampuri, motifnya dirubah, dibuat modern, inovatif zaman sekarang, mengikuti model zaman sekarang, sehingga menyebabkan adanya perubahan nama menjadi batik Kontemporer.

Hasil penelitian ini sesuai dengan asumsi-asumsi ketiga dari teori interaksionisme simbolik sebagaimana yang dikutip oleh Sarmini (2002:50) bahwa makna-makna yang muncul dari simbol-simbol yang dimodifikasi dan ditangani melalui proses penafsiran yang digunakan oleh setiap individu dalam keterlibatannya dengan benda-benda dan tanda-tanda yang digunakan.

Keterkaitannya dengan budaya Cirebon, masyarakat yang berada di Pantai Utara Pulau Jawa sangat terbuka

dengan pengaruh yang berasal dari luar. Hal ini menyebabkan pola pikir masyarakat tersebut menerima perkembangan tersebut, sehingga batik Cirebon dulu hingga sekarang mengalami perkembangan yang begitu sangat pesat, hal tersebut terbukti dilakukan oleh pengusaha dan pengrajin untuk menarik minat konsumen dengan cara dikombinasi bahkan sampai dibuat modern.

Perkembangan pakem batik Cirebon, perkembangan yang mengikuti zamannya tersebut sebenarnya berdampak pada pakem-pakem asli batik Cirebon itu sendiri. Jika mengikuti perkembangan zaman maka dampaknya pada pakem yang ada pada batik Cirebon itu sendiri, tetapi jika hal ini tidak mengikuti perkembangan zaman maka batik Cirebon akan mengalami kemunduran karena tidak bisa mengikuti perkembangan zaman.

Hasil temuan penelitian bahwa perkembangan pakem batik Cirebon yang dilakukan dengan cara tidak menghilangkan pakem-pakemnya, divariasikan dan dikombinasi, menambahkan, batik Keratonan tidak boleh menghilangkan pakem seutuhnya, dan batik lawasan tetap memakai pakem seutuhnya. Dalam hal ini terjadi perbedaan antara batik Pesisiran yang mengabaikan pakem-pakem aslinya dengan batik Keraton yang masih mengikuti pakem-pakem aslinya.

Atas dasar hasil penelitian tersebut sesuai dengan asumsi-asumsi kedua dari teori interaksionisme simbolik sebagaimana yang dikutip oleh Sarmini (2002:50) bahwa makna-makna itu merupakan hasil dari interaksi sosial dalam masyarakat manusia. Dalam hal ini terjadinya perkembangan pada pakem batik Cirebon dikarenakan permintaan pasar.

Keterkaitannya pakem dengan budaya Cirebon, bahwa batik-batik yang beridentitas sebagai batik Pesisiran telah mengalami pergeseran pakem-pakem aslinya sedangkan pada batik Keraton pakemnya tidak hilang tetapi ada beberapa pengrajin dan pengusaha yang menghilangkan pakem asli pada batik Keratonan, padahal sangat dilarang menghilangkan pakem aslinya pada batik Keraton oleh keluarga Keraton.

Perkembangan proses pewarnaan yang menghasilkan beragam warna secara maksimal serta mampu menghasilkan warna senada menurut permintaan warna di pasar, terbukti menguntungkan bagi para produsen. Transformasi warna yang terjadi pada batik Cirebon tersebut meliputi makna batik Cirebon, batik Cirebon sebagai simbol politik, dan konsumen batik dulu hingga sekarang.

Makna batik Cirebon, makna merupakan bagian tak terpisahkan dari semantik dan selalu melekat dari apa yang dituturkan oleh seseorang. Makna sangat sulit

ditentukan karena setiap pemakai bahasa memiliki kemampuan dan cara pandang yang berbeda dalam memaknai sebuah perkataan. Dalam temuan hasil penelitian tersebut makna yang diungkapkan pada batik Cirebon merupakan motif-motif yang melegenda pada masyarakat Cirebon itu sendiri.

Makna yang diungkapkan oleh tiap informan berbeda-beda, karena pada dasarnya secara konsep makna hubungan arti kesepadanan atau ketidaksepadanan antara bahasa atau antara ujaran dan untuk semua hal yang ditunjukkannya. Sehingga jika merujuk pada pendapat Bloomfield (dalam Wahab, 1995:40) maka bentuk makna yang diucapkan oleh informan tersebut harus dianalisis dalam batas-batas unsur-unsur penting dalam situasi penutur mengujarnya.

Temuan ini juga sangat sesuai dengan asumsi pertama dan kedua dari teori interaksionisme simbolik karya Herbert Blumer (dalam Sarmini, 2002:50) bahwa manusia bertindak terhadap sesuatu atas dasar asumsi internilai simbolik yang dimiliki sesuatu itu (kata, benda atau isyarat) dan bermakna bagi mereka. Dan makna-makna yang ada tersebut merupakan hasil interaksi sosial dalam masyarakat manusia.

Keterkaitannya dengan budaya Cirebon bahwa motif-motif yang telah pengusaha dan pengrajin dituturkan tersebut, pada dasarnya sangat beragam. Hal ini dapat dilihat dari segi kategorinya pada batik Pesisiran dan Keratonan. Batik Pesisiran Cirebon tidak semuanya mempunyai makna sehingga dalam penelitian ini lebih banyak batik Keraton yang dimaknai oleh pengusaha dan pengrajin karena batik Keraton mempunyai beragam filosofi dengan lingkungan Keraton yang berada di Cirebon seperti Kesepuhan, Kanoman, dan Kacirebonan maupun kehidupan masyarakat Cirebon itu sendiri.

Batik Cirebon sebagai simbol politik, batik yang fungsi dasarnya sebagai penutup tubuh berubah menjadi simbol kuasa, batik menjadi sebuah magnet yang memengaruhi perilaku banyak orang. Batik bisa dimanipulasi manusia untuk memaksimalkan kepentingannya, terlebih lagi menyangkut kepentingan politik. Melalui *fashion* dan cara berbusana, seseorang ingin menyampaikan pesan ke rakyat pemilih siapa dirinya. Ibaratnya dagangan, *fashion* bagian dari kemasan atau bungkus yang bisa menjadi daya tarik konsumen. Ada ideologi tertentu dibalik pakaian yang dikenakan seseorang. Ada identitas dan pesan yang ingin disampaikan seseorang melalui pakaian yang dikenakannya.

Itulah gambar batik sebagai simbol politik, batik dulu dan sekarang masih digunakan sebagai simbol politik. Dulu batik digunakan sebagai pakaian pembeda

antara penguasa dan yang dikuasai sekarang batik yang masih dipakai oleh kalangan pejabat di Republik ini dalam lobi-lobi politiknya. Bahkan tak banyak yang tahu dibalik batik yang dikenakan oleh seseorang banyak sekali unsur-unsur simbol yang melingkupi di dalam motifnya tersebut.

Simbol politik dalam batik Cirebon yang ditemukan sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Monica Rosalina dan Imelda Martinelli (2013) tentang pemaknaan motif batik Jogja dan batik Solo bahkan penelitian yang dilakukan oleh Siti Maziyah dan kawan-kawan (2016) tentang makna simbolis batik pada masyarakat Jawa kuna yang menemukan bahwa pada masyarakat Jawa kuna menyadari dan diketahui motif-motif yang ada batik tersebut mempunyai stratifikasi sosial dalam masyarakat.

Dalam hal ini simbol politik pada batik Cirebon mempunyai keterkaitannya dengan budaya Cirebon, berdasarkan data yang ditemukan pada batik Cirebon yang beridentitas Keratonan sangat kental dengan kerajaan Cirebon dulu yang menyebabkan mempunyai simbol-simbol politik. Cirebon dulu merupakan sebuah kerajaan yang dipimpin oleh Sunan Gunung Jati salah satu walisongo penyebar agama Islam di tanah Jawa Barat.

Konsumen dulu dan sekarang, konsumen menjadi hal yang terpenting bagi suatu produk. Konsumen batik telah mengalami peningkatan apalagi dengan dijadikannya batik sebagai warisan dunia pada tahun 2009. Batik sekarang bukan hanya barang yang membalut tubuh seseorang dengan kain yang kaya akan corak filosofinya tersebut namun lebih dari itu.

Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa batik telah mengalami peningkatan sejak tahun 2009 karena di tahun tersebut menandai suatu masa kejayaan batik. Konsumen yang dulu hanya masyarakat Jepang dan beberapa kalangan atas. Namun kini batik telah menjadi sebuah kebutuhan dapat berpakaian yang merupakan pakaian wajib bagi suatu institusi.

Temuan penelitian tentang konsumen batik Cirebon dulu hingga sekarang sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Angela Oscario (2014) yang berjudul simulasi citra nasionalis melalui *fashion*: studi kasus batik *printing* dalam gaya hidup *postmodern* masyarakat. Dari penelitian tersebut menemukan juga bahwa masyarakat Jakarta tak sadar dengan mengkonsumsi batik *printing* tidak menampilkan citra nasionalis.

Keterkaitan dengan budaya Cirebon, sebagai daerah yang sangat strategi dan terletak di pantai Utara Pulau Jawa bahkan sangat dekat dengan Ibukota Jakarta dan mempunyai beragam destinasi wisata yang menarik

untuk dikunjungi menyebabkan batik Cirebon sangat mudah dikenali oleh beragama kalangan termasuk konsumen pada batik Cirebon itu sendiri yang berasal dari berbagai kalangan bawah, menengah sampai kalangan atas.

Batik yang dulu hanya digunakan sebagai busana untuk acara-acara tertentu namun kini telah mengalami proses perubahan kegunaan bukan hanya sebagai pakaian berdimensi kini batik telah digunakan sebagai pakaian segala aspek, bahkan batik dijadikan sebagai simbol identitas bagi kalangan tertentu untuk menunjukkan kelas sosial dalam kehidupan sehari-hari dengan busana batik yang dipakainya tersebut.

Batik yang ada sekarang bukan hanya pakaian semata yang melekat pada tubuh namun sekarang batik hampir menjangkau segala aspek. Transformasi kegunaan yang terjadi pada batik Cirebon tersebut meliputi batik dulu sebagai pakaian berdimensi, batik sekarang sebagai pakaian segala aspek, dan batik sebagai simbol identitas.

Batik dulu sebagai pakaian berdimensi, batik yang dulu dikenal hanya di kalangan keluarga Keraton yang motif-motifnya berasal dari situs-situs dan benda-benda yang ada di Keraton. sehingga dari segi pemakaiannya pun hanya digunakan oleh kalangan tertentu. Berdasarkan temuan hasil penelitian batik dulu sebagai pakaian berdimensi Keraton, pakaian berdimensi kerajaan, dan pakaian berdimensi pengantin.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa batik dulu digambarkan dengan keluarga kerajaan dan Keraton yang telah menjadi pembeda antara kalangan bangsawan dan kalangan rakyat biasa sehingga ini menyebabkan terjadinya suatu kuasa pembatas antara penguasa dengan rakyat. Karena memang secara kasat mata di Cirebon sendiri terdapat tiga Keraton yaitu Keraton Kesepuhan, Kanoman, dan Kacirebonan.

Hal ini sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Monica Rosalina dan Imelda Martinelli (2013) tentang pemaknaan motif batik Jogja dan batik Solo, bahwa motif-motif batik Jogja dan Solo sangat kental dengan keluarga Keraton karena memang di Jogja dan Solo terdapat Keraton. Bahkan di penelitian tersebut dikatakan motif batik Jogja erat kaitannya dengan pemersatu bangsa sedangkan Solo identik dengan cita Nusantara dan budaya kerajaannya.

Berdasarkan temuan penelitian tersebut hal ini sangat mempunyai keterkaitan dengan budaya Cirebon. Dulu batik Cirebon hanya dipakai oleh kalangan keluarga dan kerabat Keraton Cirebon. Di Cirebon sendiri terdapat tiga buah Keraton yakni Keraton Kesepuhan, Kanoman, dan Kacirebonan. Batik yang

dulu sebagai pakaian yang digunakan oleh kalangan tertentu saja.

Batik sekarang sebagai pakaian segala aspek, batik sekarang naik daun dari waktu ke waktu, batik sudah tidak lagi menjadi bahan yang hanya disimpan di dalam lemari dan hanya dikeluarkan jika akan dikenakan dalam acara-acara khusus. Ironisnya, dari masyarakat Indonesia yang menggunakan kain batik untuk selimut pada waktu tidur. Namun, sekarang banyak orang berburu batik untuk dipakai sebagai busana, busana batik santai (kasual) maupun busana untuk acara resmi. Akan tetapi, batik sekarang cenderung digunakan untuk acara resmi karena batik merupakan salah satu pakaian Nasional Indonesia.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa desain batik saat ini sangat beragam, hal ini sangat berbeda dengan masa lalu dimana batik dalam busana hanya digunakan sebagai *jarik* semata sekarang batik bisa dirancang sedemikian rupa sehingga batik mampu eksis dalam segala suasana. Berdasarkan temuan hasil di lapangan, batik sebagai pakaian segala aspek yang meliputi aspek pekerjaan, aspek pertemuan, aspek acara resmi, dan aspek perlengkapan rumah tangga.

Melihat hasil penelitian tersebut, hal ini sesuai dengan teori interaksionisme simbolik sebagaimana ide-ide dasar interaksi simbolik yang diringkas oleh Sarmini (2002:51) bahwa objek-objek tidak memiliki makna yang intrinsik, makna lebih merupakan produk interaksi simbolik. Dunia objek diciptakan, disetujui, ditransformis, dan dikesampingkan lewat interaksi simbolik.

Batik sebagai simbol identitas, kata-kata bijak yang ada pada masyarakat Cirebon sebagai berikut "*Ajining badan dening busana, ajining diri dening pakarti, ajining bangsa dening budaya, ajining budaya dening agama*" bahwa kehormatan tubuh karena busana, kehormatan diri karena budi pekerti, kehormatan bangsa karena budaya, kehormatan budaya karena agama. Busana merupakan cerminan identitas, watak, dan kondisi sosial ekonomi pemakainya, juga merupakan indikator moral dan budaya suatu bangsa. Busana selain alat pelindung tubuh yang vital juga harus bernilai keindahan dan kesopanan.

Berdasarkan temuan dalam penelitian tersebut bahwa simbol identitas dalam batik Cirebon juga dipakai oleh kalangan pemerintah daerah setempat, anak-anak sekolah, instansi-instansi yang ada di daerah Cirebon juga turut mewarnai identitasnya sebagai batik kebanggaan Cirebon. Hal ini menjadikan masyarakat yang terdiri dari manusia yang berinteraksi melalui tindakan bersama dan membentuk organisasi (struktur

sosial), tindakan itu saling terkait dan disesuaikan oleh anggota-anggota kelompok (Sarmini, 2002:51).

Simbol identitas pada temuan ini sangat sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tentang batik sebagai identitas seperti penelitian yang dilakukan oleh Novita Eka Ariana R (2015) yang berjudul perkembangan motif batik Suminar sebagai upaya membangun identitas daerah Kediri tahun 1992-2004 dan penelitian yang dilakukan oleh Hanif At Tanthowy tentang ragam hias batik Bojonegoro sebagai upaya membangun identitas daerah di Bojonegoro tahun 2009-2014. Begitupun dengan halnya batik Cirebon yang dipakai oleh kalangan pemerintah daerah Kabupaten Cirebon sehingga menjadikan batik Cirebon sebagai identitas daerah Cirebon seperti motif mega mendung.

Dalam perkembangannya proses transformasi makna batik Cirebon dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor dominan, faktor dominan tersebut dilihat dari konsumen, karena konsumen dalam hal ini menjadi subjek penentu untuk sebuah kelangsungan dan terus berjalannya batik Cirebon untuk tetap ada. Konsumen menjadi hal yang sangat dibutuhkan oleh pengusaha dan pengrajin tanpa konsumen batik Cirebon telah mengalami kepunahan, apalagi dengan persaingan adanya batik-batik yang berasal dari luar negeri.

Pakaian batik adalah media ampuh untuk membangun citra diri atau *self image* untuk menunjukkan siapa dirinya dan statusnya. Tapi dalam batik tersirat simbol dan identitas bahkan kuasa politik dibalik batik tersebut, untuk menunjukkan siapa dirinya. Bagaimana pun batik hanyalah bungkus, yang lebih penting adalah isinya. Tidak ada orang yang membeli produk hanya sekedar untuk mendapatkan bungkusnya, tetap isi yang menjadi minat belinya. Barang yang bagus akan menjadi semakin menarik kalau dikemas dalam bungkus yang mencitrakan kualitas isinya.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa seorang konsumen membeli batik dari pengusaha dan pengrajin dengan berbagai macam pertimbangan dan kesadaran diantaranya kesesuaian dengan bentuk tubuh, kesesuaian ditubuh ketika memakai, kesesuaian dengan warna yang disukai, kesesuaian dengan warna kulit, dipakainya bagus, dan percaya diri dalam memakai batik.

Melihat hasil penelitian tersebut dalam faktor fisik ini sangat sesuai dengan teori interaksionisme simbolik karya Herbert Blumer, menurut Craib (dalam sarmini, 2002:50) menyatakan bahwa manusia bertindak terhadap sesuatu atas dasar asumsi internilai simbolik yang dimiliki sesuatu itu (kata, benda atau isyarat) dan bermakna bagi mereka serta makna-makna yang muncul

dari simbol-simbol yang dimodifikasi dan ditangani melalui proses penafsiran yang digunakan oleh setiap individu dalam keterlibatannya dengan benda-benda dan tanda-tanda yang digunakan.

Ekonomi bagi seseorang menjadi penentu untuk dapat hidup menjadi lebih baik, kebutuhan ekonomi yang terpenuhi dapat menjadikan dirinya dapat membeli dan memakai produk apapun termasuk pekerjaan bagi seseorang menjadi hal yang sangat penting karena pekerjaan menentukan ekonomi dalam diri seseorang untuk kehidupan apapun yang diinginkannya dan dapat menguasai apapun atas keinginannya.

Tak jarang seseorang dalam membeli batik dipengaruhi oleh berbagai macam pertimbangan, hasil penelitian ini menemukan bahwa seseorang membeli batik dengan harga yang murah, bahkan harga yang mahal demi membeli batik yang disukainya tersebut karena motif dan warnanya. Ini menandakan bahwa batik telah menjadi gaya hidup bagi seseorang dalam kehidupannya, batik bukan hanya busana yang melekat pada tubuh semata namun lebih dari itu sebagai bagian yang nilai tinggi bagi seseorang.

Dari hasil penelitian tersebut yang memengaruhi faktor ekonomi sesuai dengan teori interaksionisme simbolik karya Herbert Blumer, menurut Poloma (dalam Sarmini, 2002:50) menyatakan bahwa interaksionisme simbolik dilakukan dengan menggunakan bahasa sebagai suatu simbol yang terpenting dan isyarat (*decoding*). Akan tetapi, simbol bukan merupakan faktor-faktor yang telah terjadi (*given*), yang merupakan suatu proses yang berlanjut yaitu suatu proses penyampaian makna. Penyampaian makna dan simbol inilah yang menjadi *subject matter* dalam interaksionisme simbolik.

Budaya yang ada di Indonesia beraneka ragam baik tenun maupun batik. Batik dikenal oleh seluruh masyarakat Internasional setelah dinobatkan sebagai warisan budaya tak benda. Tak jarang turis asing lebih mencintai batik Indonesia termasuk batik Cirebon yang kaya dengan aneka ragam motif dan kaya akan keindahan warna dan mengandung makna filosofi yang sarat akan nilai kehidupan bagi seseorang yang memaknainya.

Faktor budaya Indonesia sendiri menjadi penentu bagi seseorang dalam memakai batik karena batik merupakan hasil budaya nenek moyang dan warisan luhur bangsa Indonesia untuk tetap dilestarikan. Batik Cirebon memengaruhi transformasi makna bagi seseorang karena budaya batik tersebut begitu melekat dalam setiap keindahan kain batik tersebut. Berdasarkan temuan tersebut ditemukan bahwa faktor budaya terdiri

dari melestarikan budaya, menyukai batik Indonesia dibandingkan dengan batik dari luar negeri.

Temuan hasil penelitian faktor budaya yang memengaruhi tersebut telah sesuai dengan teori interaksionisme simbol, Menurut Poloma bahwa manusia tidak hanya mengenal objek eksternal (diluar dirinya) yang dapat melihat dirinya sendiri sebagai objek (Sarmini, 2002:51). Jika melihat lebih dalam tindakan manusia tersebut tindakan *interpretatif* yang dibuat oleh manusia sendiri. Interaksionisme simbolik menunjukkan kepada sifat khas dari interaksi antar manusia, interaksi tersebut memiliki makna tersendiri bagi konsumen.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan temuan data yang telah peneliti temukan di lapangan bahwa bentuk transformasi makna batik Cirebon dalam perspektif politik negara terdiri dari perkembangan motif batik Cirebon, perkembangan pakem batik Cirebon, batik Cirebon sebagai simbol politik, dan konsumen dulu hingga sekarang. Sedangkan jika melihat dalam perspektif simbol identitas dapat dilihat dari batik Cirebon dalam simbol identitas sebagai batik Pesisiran dan Keraton Cirebon, makna batik Cirebon, batik dulu sebagai pakaian berdimensi, batik sekarang sebagai pakaian segala aspek, dan batik sebagai simbol identitas. Dalam perspektif politik negara dan simbol identitas tersebut membentuk transformasi gambar, transformasi warna, dan transformasi kegunaan.

Faktor-faktor dominan yang memengaruhi dalam transformasi makna batik Cirebon ada tiga yaitu faktor fisik, faktor ekonomi, dan faktor budaya. Dalam faktor-faktor dominan ini dipengaruhi oleh kesadaran diri dari seorang konsumen yang memilih dan mengenakan batik Cirebon, sehingga hasil temuan data dalam faktor-faktor dominan ini lebih banyak diungkapkan oleh konsumen batik Cirebon.

Dari hasil-hasil temuan tersebut membuktikan bahwa konsep interaksionisme simbolik Herbert Blumer dialami oleh para informan. Dalam konteks teori interaksionisme simbolik dari Herbert Blumer informan akan memilih, memeriksa, berpikir, dan mentransformasikan makna berdasarkan situasi tindakannya. Tindakan dan tanggapan yang dilakukan oleh informan bukan hanya sekedar reaksi spontanitas belaka dari tindakan seseorang terhadap orang lain, melainkan didasarkan atas makna yang diberikan terhadap tindakan orang lain.

Saran

Berdasarkan simpulan dari penelitian ini, maka saran dari penemuan-penemuan dalam penelitian tentang transformasi makna batik Cirebon dalam perspektif politik negara dan simbol identitas adalah sebagai berikut: (1) pemerintah agar lebih memperhatikan lagi pengusaha dan pengrajin batik dengan memberikan modal usaha untuk perkembangan batik Cirebon; (2) masyarakat agar lebih selektif dalam memilih batik asli Indonesia dengan batik yang berasal dari luar negeri; (3) sekolah agar dapat menjadikan batik sebagai pakaian identitas sekolah masing-masing agar dapat melestarikan dan mencintai batik sebagai warisan budaya Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariana R, Novita Eka. 2015. "Perkembangan Motif Batik Suminar Sebagai Upaya Membangun Identitas Daerah Kediri Tahun 1992-2004". *E-Journal Pendidikan Sejarah*. Vol. 3 (3) hal. 310-325.
- Barker, Chris. 2013. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Burhan, Bungin. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Creswell, John W. 2013. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kerlinger, F. N. 1995. *Azas-Azas Penelitian Behavioural*. terjemahan: Drs. Landing R. Simatupang. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Martono, Nanang. 2013. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Maziyah, Siti. dkk. 2016. "Makna Simbolis Batik pada Masyarakat Jawa Kuna". *Jurnal Paramita*. Vol. 26 (1): hal. 23-32
- Oscario, Angela. 2014. "Simulasi Citra Nasionalis Melalui Fashion: Studi Kasus Batik Printing dalam Gaya Hidup Post Modern Masyarakat Kota". *Jurnal Humaniora*. Vol. 5 (2): hal. 551-560.
- Rosalina, Monica dan Martinelli, Imelda. 2013. "Pemaknaan Motif Batik Jogja dan Batik Solo". *Jurnal komunikasi Universitas Tarumanagara*. Vol. V (01): hal. 129-142.
- Saddhono, Kundharu. dkk. 2014. "The Study of Philosophical Meaning of Batik and Kimono

Motifs to Foster Collaborative Creative Industry”. *Asian Social Science*. Vol. 10 (9): hal. 52-61.

Sarmini. 2009. “Pakaian Batik: Kulturasi Negara dan Politik Identitas”. *Jurnal sejarah dan budaya*. Vol. VII (8): hal. 674-688.

———. 2002. *Teori-Teori Antropologi*. Surabaya: Unesa University Press

Steelyana, Evi. 2012. “Batik, a Beautiful Cultural Heritage that Preserve Culture and Support Economic Development in Indonesia”. *Binus Business Review*. Vol. 3 (1): hal. 116-130.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Wahab, Abdul. 1995. *Teori Semantik*. Surabaya: Airlangga

