

PENELUSURAN MAKNA MOTIF BATIK DEPOK MELALUI KONSEP DENOTASI DAN KONOTASI ROLAND BARTHES

Puri Kurniasih, Nurulfatmi Amzy, Umi Kholisya

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Indraprasta PGRI
Jl. Nangka 58, Tanjung Barat (TB Simatupang) Jagakarsa, Jakarta Selatan
purikurniasih@gmail.com

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai latar belakang, ragam, hingga makna motif batik depok. Menelusuri latar belakang dan ragam motif batik depok secara kuantitatif menggunakan metode survei dan wawancara. Menelusuri makna secara kualitatif berdasarkan semiotika Roland Barthes tentang konsep denotasi dan konotasi. Secara kuantitatif, ternyata persentase yang tidak tahu tentang motif batik depok lebih banyak ketimbang yang tahu. Secara kualitatif, makna motif batik depok bukan hanya bermuatan estetis, namun juga ideologis. Sebuah motif batik, bukan hanya sekadar representasi dari kekhasan suatu daerah, melainkan bisa menjadi ajang pencitraan daerah yang bersangkutan. Sayangnya, pencitraan tersebut hanya sebatas wilayah balai kota. Jangankan mengetahui ideologi yang diselundupkan dalam motif batik, bahkan masih banyak warga yang tidak tahu mengenai eksistensi motif batik depok. Artikel ini berangkat dari persoalan desain motif batik depok dan sampai pada makna yang terkandung dalam penanda visual tersebut.

Kata Kunci: motif batik depok, denotasi, konotasi, semiotika.

SEARCH OF MEANING BATIK DEPOK MOTIF TROUGH DENOTATION AND CONOTATION CONCEPT OF ROLAND BARTHES

Abstract

This article aims to provide information on the background, diversity, up to the meaning of batik depok motif. Quantitatively, search background and variety of batik depok motif by surveys and interviews method. Qualitatively, discover the meaning by Roland Barthes semiotic concepts of denotation and connotation. Quantitatively, the percentage of who do not know about the batik depok motif more than who knows. Qualitatively, meaning of batik depok motif charged not only aesthetic, but also ideological. A batik motif, not just a representation of the peculiarities of a local area, but can be an imaging local area concerned. Unfortunately, such imaging was limited to the town hall area. How people can know ideology smuggled in batik motif, even still many people do not know about the existence of batik depok motif. This article departs from the question of batik depok motif design and release to the meaning contained in the visual signifiant.

Keywords: batik depok motif, denotation, connotation, semiotic

PENDAHULUAN

Di Indonesia, batik bukan sekadar menjadi ciri khas dari daerah, melainkan juga bisa menjadi sarana promosi daerah. Seperti halnya Kota Depok yang mempromosikan daerah melalui batik. Diprakarsai oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah (DEKRANASDA) Kota Depok pada tahun 2007. Melalui DEKRANASDA, Kota Depok mengadakan “Lomba Desain Batik Khas Depok”, diikuti oleh 223 peserta, menghasilkan 345 ragam motif batik, tersaring 10 motif batik dari 10 orang calon pemenang lomba, dan terpilih 3 motif batik. 10 motif batik yang tersaring tersebut sudah memiliki hak paten pada tanggal 24 Januari 2008. Pada tahun 2013, Kota Depok meluncurkan motif batik baru sebagai dukungan atas program diversifikasi pangan “*One Day No Rice*”, disebut motif ODNR. Setelah itu, eksistensi motif batik Depok tenggelam –bahkan jauh sejak selesainya sayembara mendesain motif batik Depok, padahal masih banyak warga Kota Depok sendiri yang bahkan belum mengetahui keberadaan motif batik Depok. Hal ini yang melatarbelakangi penelitian mengenai motif batik Depok.

Lebih jauh lagi, penelusuran makna motif batik Depok yang merupakan –dibentuk menjadi– identitas Kota Depok akan memberikan jawaban atas pertanyaan mengenai tujuan dibuatnya motif batik Depok, apakah sekadar promosi daerah atau ada ideologi yang terselip di dalamnya. Namun, sebelum jauh kesana, terlebih dulu penelitian ini akan menunjukkan data objektif atas pertanyaan apa saja ragam motif batik Depok dan apakah warga Kota Depok sendiri sudah mengenal motif batik Depok?

Penelitian ini memberikan kontribusi penting mengingat awal tahun 2016 adalah masa transisi kepemimpinan

Kota Depok. Hasil penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah Kota Depok terpilih 2016 – 2021, KH. M. Idris Abdul Shomad dengan Pradi Supriatna untuk kemudian bagaimana melestarikan kembali, memberikan inovasi, ataupun mengeliminasi motif batik Depok.

Penelitian-penelitian sebelumnya bertujuan untuk merancang promosi kreatif mengenai motif batik Depok; memperkenalkan motif batik Depok sebagai ciri khas Kota Depok di poster, spanduk, *banner*, iklan majalah, *flyer*, *notebook*, *sticker*, kaos, tas, mug, gantungan kunci, pin, topi, dan pulpen gantung. Namun, nampak belum semuanya terealisasi. Penelitian tersebut kurang efektif, karena bukan memberikan pengetahuan tentang motif batik Depok, melainkan langsung memberikan semacam “katalog belanja”. Secara umum, masyarakat tidak mungkin mengkonsumsi sesuatu yang tidak mereka tahu. Dengan demikian, penelitian ini berusaha memberitahu dengan cara menggali dan menelusuri lebih dalam mengenai latarbelakang motif batik Depok, dari mulai historinya, eksistensinya, hingga maknanya. Diharapkan, terungkapnya data dan makna motif batik Depok dengan lebih mendetil, objektif, kronologis, dan filosofis dapat memberikan pengetahuan kepada khalayak mengenai konstruksi sejarah budaya lokal Kota Depok, khususnya tentang motif batik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan sekaligus, yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini adalah melalui metode survei dengan menyebar kuisioner dan wawancara dengan pihak terkait untuk mendapatkan data objektif. Metode survei berupa skala *likeart*, diisi

oleh para responden dari berbagai profesi yang berdomisili di kecamatan-kecamatan Kota Depok. Kota Depok memiliki 11 kecamatan, di antaranya: Tapos, Cimanggis, Pancoran Mas, Beji, Limo, Cinere, Sawangan, Sukmajaya, Cipayang, Cilodong, dan Bojong Sari. Peneliti berkeliling menyebarkan minimal 20 lembar angket kuisisioner sejenis di setiap kecamatan untuk mendapatkan hasil yang merata.

Sementara wawancara dilakukan dengan pihak yang terkait dengan motif batik Depok, di antaranya dengan bagian humas DEKRANASDA Kota Depok, Ibu Dra. Hj. Sri Ayu Rahayu untuk mendapatkan informasi tentang sayembara desain motif batik Depok hingga eksistensinya kini. Informasi tentang sejarah belimbing sebagai ikon Kota Depok peneliti dapatkan dari wawancara bersama Kepala Bidang Pangan dan Tanaman Hortikultura Kota Depok, Ibu Hermin. Sedangkan, informasi tentang ikan hias yang menjadi primadona khas Kota Depok peneliti dapatkan dari pihak Dinas Komunikasi dan Informasi, Bapak Agus Tri Y dan Ketua UKM Ikan Hias Kota Depok, Bapak Tohir. Hasil olahan data yang didapat dari pendekatan kuantitatif tersebut kemudian ditelusuri menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu menggunakan semiotika Roland Barthes mengenai makna denotasi (*primary sign*) dan konotasi (*secondary sign*).

Ranah penelitian semiotika sangat ekspansif, termasuk di antaranya dalam membedah persoalan terkait komunikasi visual. Batik merupakan salah satu bentuk komunikasi visual. Dalam teori semiotika secara umum, *sign/ signe/ tanda* terbagi menjadi dua, yaitu *signifié* dan *signifiant*. *Signifié/ signified/ petanda* (konsep/ konten/ makna) merupakan suatu representasi psikis dari sesuatu/hal/objek. Sementara *signifiant / signifier/ penanda* (ekspresi/ fisik/ materi)

adalah mediator. Dalam penerapannya, petanda mengalami perluasan oleh pemakai tanda sesuai dengan sudut pandangnya, yang mana perluasan makna itu disebut konotasi oleh Barthes. Perluasan makna mendukung pluralitas makna, ketika konotasi sudah menguasai masyarakat, maka akan menjadi mitos dan ideologi. Motif batik Depok, dalam hal ini sudah –dibuat– menjadi konotasi di masyarakat, padahal secara denotatif bisa jadi ada makna lain atau bahkan hal lain dibalik itu. Maka, penelitian ini bertujuan untuk menguak apa yang hendak dikonotasikan ke masyarakat dengan apa –makna– yang sesungguhnya ada. Pendekatan kualitatif melalui semiotika Roland Barthes ini membedakan makna denotasi dan konotasi dari tiap motif batik Depok secara detil untuk mendapatkan mitos –dan ideologi– yang terselip di dalamnya. Mitos adalah suatu sistem komunikasi, karena mitos menyampaikan pesan. Mitos adalah suatu bentuk, dan bukan suatu objek ataupun konsep. Mitos tidak ditentukan oleh materinya, melainkan oleh pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, mitos tidak selalu bersifat verbal, tetapi bisa dalam berbagai bentuk lain atau campuran antara bentuk verbal dan non verbal. Contoh: film, lukisan, patung, fotografi, iklan, komik, hingga batik; segala bentuk yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan. Mitos merupakan pengembangan strukturalisme pada teks semiotik. Dalam tulisan ini semiotik dapat dilihat sebagai salah satu metode penelitian budaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

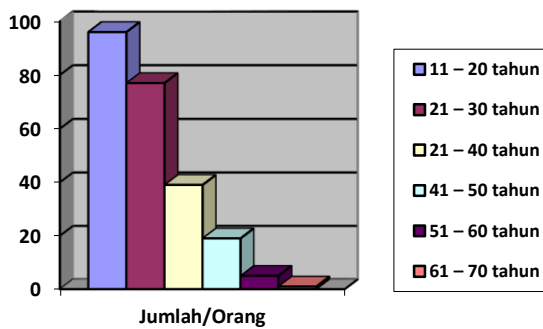
Ternyata, 67,1% warga Depok sama sekali tidak tahu tentang adanya motif batik Depok. Bab ini akan memperlihatkan hasil survei, berdasarkan usia, profesi, dan tingkat ketahuan tentang motif batik Depok. Sesungguhnya

nya, penyebaran kuisioner ini dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan usia maupun profesi, syarat responden adalah warga yang tinggal di salah satu kecamatan di Kota Depok. Setelah mendapatkan data dan hasil – diklasifikasikan berdasarkan usia dan profesi.

Hasil Survei: Motif Batik Depok Hanya di Seputaran Balai Kota

Jumlah responden 237 orang, di antaranya: 22 orang dari Kecamatan Cimanggis, 23 orang dari Kecamatan Sawangan, 22 orang dari Kecamatan Tapos, 21 orang dari Kecamatan Pancoran Mas, 20 orang dari Kecamatan Cinere, 20 orang dari Kecamatan Cilodong, 21 orang dari Kecamatan Bojongsari, 23 orang dari Kecamatan Cipayung, 23 orang dari Kecamatan Sukmajaya, 21 orang dari Kecamatan Limo, dan 21 orang dari Kecamatan Beji.

Grafik Usia Responden



Keterangan:

- 11 – 20 tahun = 96 orang
- 21 – 30 tahun = 77 orang
- 31 – 40 tahun = 39 orang
- 41 – 50 tahun = 19 orang
- 51 – 60 tahun = 5 orang
- 61 – 70 tahun = 1 orang

Sementara profesi responden terdiri dari berbagai kalangan, ada supir, tukang parkir, pengurus masjid, atlet, dokter, 2 orang pengurus yayasan social, 4 orang PNS, 6 orang penggiat UKM ikan hias, 8 orang kalangan pendidik (guru/dosen), 22 orang wiraswastawan, 44 orang ibu rumah tangga, 49 orang karyawan, dan 97 orang di antaranya adalah pelajar (siswa/ mahasiswa).

Tabel Profesi Responden

No.	Profesi	Jumlah/orang
1	UKM Ikan Hias	6
2	PNS	4
3	Supir	1
4	Tukang Parkir	1
5	Pengurus Masjid	1
6	Atlit	1
7	Pengurus Yayasan Sosial	2
8	Dokter	1
9	Guru/Dosen	8
10	Wiraswasta	22
11	Karyawan	49
12	Ibu Rumah Tangga	44
13	Pelajar	97
Jumlah Responden		237

Dari beragam usia dan profesi tersebut menghasilkan data mengenai pengetahuan tentang motif batik depok, berikut tabel dan keterangannya:

Tabel Pengetahuan Responden terhadap Motif Batik Depok

Kecamatan	Respon den	Tidak Tahu (1)	Tahu			
			(2)	(3)	(4)	(5)
Cimanggis	22	15			4	3
Sawangan	23	16			6	1
Tapos	22	13			5	4
Pancoran Mas	21	15	2	1	1	2
Cinere	20	18			2	
Cilodong	20	7		1	6	6
Bojongsari	21	21				

Cipayung	23	18				5
Sukmajaya	23	9	1		4	9
Limo	21	18	2		1	
Beji	21	9	3		8	1
Jumlah	237	159	8	2	37	31
Persentase	100%	67,1%	3,4%	0,8%	15,6%	13,1%
			32,9%			

Keterangan:

- (1) Tidak tahu.
- (2) Tahu bahwa Depok memiliki motif batik.
- (3) Tahu bahwa Depok memiliki motif batik dan beberapa jenis motif.
- (4) Tahu bahwa Depok memiliki motif batik, beberapa jenis motif, dan pengetahuan tentang motif batik.
- (5) Tahu bahwa Depok memiliki motif batik, beberapa jenis motif, pengetahuan tentang motif batik, hingga makna dari motif batik tersebut.

→ Rincian persentase per kecamatan sebagai berikut:

- Kecamatan Cimanggis 32% tahu dan 68% tidak tahu
- Kecamatan Sawangan 30% tahu dan 70% tidak tahu
- Kecamatan Tapos 41% tahu dan 59% tidak tahu
- Kecamatan Pancoran Mas 29% tahu dan 71% tidak tahu
- Kecamatan Cinere 10% tahu dan 90% tidak tahu
- Kecamatan Cilodong 65% tahu dan 35% tidak tahu
- Kecamatan Bojong Sari 0% tahu dan 100% tidak tahu
- Kecamatan Cipayung 22% tahu dan 78% tidak tahu
- Kecamatan Sukmajaya 61% tahu dan 39% tidak tahu
- Kecamatan Limo 14% tahu dan 86% tidak tahu
- Kecamatan Beji 57% tahu dan 43% tidak tahu

Data yang paling unik adalah hasil survei di wilayah Kecamatan Bojong Sari. Wilayah ini dikenal sebagai sentra ikan hias di Kota Depok, namun ironisnya, justru 100% dari 21 responden tidak tahu kalau ikan hias dijadikan sebagai salah satu motif batik Depok, padahal banyak dari mereka adalah para pelaku UKM ikan hias di wilayah tersebut.

Sementara 65% dari 20 responden di wilayah Kecamatan Cilodong tahu

tentang motif batik Depok. Setelah diklarifikasi lebih jauh, ternyata sebagian besar dari mereka adalah orang-orang yang terkait atau berhubungan atau aktif dengan/di Balai Kota. Untuk sementara, berdasarkan data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa, pengetahuan tentang motif batik Depok baru menyebar di seputar Balai Kota dan orang-orang yang terhubung. Sementara banyak warga awam, sama sekali tidak tahu mengenai keberadaan motif batik Depok.

Hasil Wawancara: Belimbing dan Ikan Hias, dari Ikon menjadi Motif Batik

Wawancara dengan pihak Dewan Kerajinan Nasional Daerah (DEKRANASDA) Kota Depok, Ibu Dra. Hj. Sri Ayu Rahayu, di ruang DEKRANASDA Balai Kota Depok, jalan Margonda Raya, memberikan banyak sekali informasi mengenai sayembara mendesain motif batik Depok pada 2007 lalu. Sayangnya tonggak sejarah lahirnya motif batik Depok ini belum menjadi sebuah tulisan ilmiah, selain wawancara dan informasi dari web DEKRANASDA, peneliti kesulitan mendapatkan informasi dan data. Bahkan, peneliti tidak mendapatkan data mengenai siapa saja peserta yang memenangkan sayembara tersebut. (Pihak DEKRANASDA menyerahkan semua data dan informasi ke bagian komunikasi dan informasi, sementara Dinas Komunikasi dan Informasi sendiri menyarankan peneliti untuk mendapatkan detail data di DEKRANASDA). Berdasarkan wawancara dengan pihak DEKRANASDA tersebut diketahui bahwa motif yang paling dominan dari

semua motif batik yang dimiliki Kota Depok adalah belimbing dan ikan hias. Usut punya usut, ternyata belimbing dan ikan hias merupakan ikon Kota Depok.

Fakta tersebut, diperkuat oleh informasi dari Ibu Hermin, Kepala Bidang Pangan dan Tanaman Hortikultura Kota Depok. Beliau menjabarkan sejarah Kota Depok sejak Belanda masih bertahta. Warga Depok terbiasa untuk memanfaatkan halaman rumahnya menjadi taman terbuka hijau. Kebanyakan dari mereka menanam pohon buah belimbing. Dengan kondisi tersebut, ketika ada yang berkunjung ke Depok, yang terlihat pertama kali oleh mata adalah buah belimbing. Perlahan-lahan, belimbing menjadi ikon dan *image* bagi Depok saat itu.

Bertahun-tahun kemudian, belimbing beralih fungsi, yang tadinya sekadar hiasan untuk di halaman, lama-kelamaan karena banyak yang mencari buah belimbing untuk dikonsumsi, akhirnya belimbing menjadi sebuah kebutuhan. Banyak warga Depok kemudian berjualan belimbing di Pasar Minggu, Jakarta. Makin banyak orang kenal “belimbing dari Depok”.

Perubahan status menjadi kota madya mengharuskan Depok memiliki sesuatu yang dapat “dijual” atau “ditampilkan” sebagai wajah khas kota. Setelah diinventaris, maka diketahui bahwa belimbing mampu menawarkan masa depan untuk daerah ini. Belimbing diketahui memiliki harga pasar yang tinggi, baik di dalam dan luar negeri. Setelah itu, baru lah pemerintah merancang strategi agar buah belimbing yang dihasilkan oleh kota Depok dapat bersaing di kancas lokal, maupun internasional. Banyak cara dilakukan, mulai dari cara tradisional, hingga pemanfaatan teknologi pangan. Salah satunya adalah pembungkusan bakal buah (putik). Dengan menggunakan media kertas karbon sebagai bahan

pembungkusnya memungkinkan buah tersebut dapat berkembang dengan baik dan berukuran besar. Cara tersebut mampu membuat Depok menjadi penghasil belimbing dengan kualitas prima. Perlu diketahui bahwa, teknologi pembungkusan melalui kertas karbon tersebut adalah murni hasil pengembangan teknologi yang dilakukan oleh para petani Depok. *Image* belimbing sebagai ikon Kota Depok ini menjadi gambar motif yang digunakan para peserta sayembara untuk mendesain motif batik Depok.

Serupa dengan belimbing, ikan hias bisa disebut sebagai Ikon Kota Depok. Hal ini berawal dari pembudidayaan ikan hias yang kini sudah merambah internasional. Peneliti mendapatkan informasi dari Bapak Agus Tri Y, pihak Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Depok. Jauh dari laut, namun memiliki warga yang gemar dengan ikan, membuat Depok memutar otak untuk mampu bersaing dengan daerah-daerah lain di bidang perikanan. Maka jatuhlah pilihan kepada ikan hias, yang notabene tidak membutuhkan lahan yang alami dan luas. Adapun ikan-ikan yang termasuk ke dalam program Pembudidayaan adalah ikan Tetra, Kardinal, *Manfish*, Koi, Koki, Doskes, dan Botin. Namun, dari semua jenis ikan hias yang dibudidayakan, Tetra adalah primadonanya. Melihat antusiasme masyarakat dalam ataupun luar negeri terhadap ikan hias hasil budidaya daerah sendiri, maka Depok menunjukkan keseriusannya dalam bidang ini dengan menunjuk satu kecamatan sebagai sentra ikan hias, Bojong Sari. Di sana lah pembudidayaan ikan-ikan hias dilakukan, dengan perhatian khusus diberikan kepada ikan tetra yang memang dipersiapkan untuk Mamiliki kualitas ekspor. Menurut beliau, ikan tetra adalah ikan hias yang berukuran kecil, sehingga kalau dilihat bentuknya sangat sulit untuk menjadikan-

nya sebagai motif batik, itulah mengapa para peserta sayembara motif batik Depok, justru berpaling dari bentuk tetra dengan membuat motif dari jenis ikan hias lainnya, ada motif mujair hingga *manfish*.

Hal tersebut yang menjadi keberatan bagi Bapak Tohir, Ketua UKM Ikan Hias Kota Depok, beliau merasa heran ketika melihat motif ikan *manfish* menjadi salah satu unggulan motif batik Depok (diketahui bahwa batik motif *manfish* dikenal sebagai “batik pak wali kota” – masa pemerintahan sebelumnya), karena menurutnya, *manfish* tidak dominan di Kota Depok. Jika mundur jauh ke 2007 lalu, ini menjadi pertanyaan besar, apa sebenarnya kriteria pemenang desain motif batik Depok? Kalau harus berdasar ikon, seharusnya motif *manfish* tidak dapat masuk ke dalam kriteria. Sesungguhnya, ukuran tidak menjadi masalah, karena motifnya jelas beda antara tetra dengan *manfish*. Ukuran tetra yang super kecil seharusnya bisa diperbesar melalui desain motif batik Depok. Namun kemudian hal ini tidak menjadi fokus peneliti. Hanya saja, sangat disayangkan ternyata sayembara tersebut nampak seperti ajang lomba biasa dengan tidak melibatkan pihak-pihak yang banyak tahu tentang ikon-ikon tersebut, kalau sayembara tersebut dianggap sebagai tonggak lahirnya motif batik Depok, seharusnya digarap dengan lebih serius dan realistis.

Keluar dari pembicaraan mengenai motif batik, Bapak Tohir juga sempat menyerempet perbincangan mengenai ‘kebun belimbing’, ternyata banyak dari warga Depok juga heran kenapa Depok menjadi kota Belimbing, sementara tidak ada kebun belimbing, pun ada sudah menjadi area estate. Ini artinya, konstruksi pengetahuan yang mendasar mengenai sejarah terbentuknya identitas Kota Depok –melalui simbol

belimbing– makin jelas masih sebatas kalangan tertentu saja.

Ikan hias sebagai ikon menjadi salah satu motif batik Depok, namun si mungil tetra yang mendominasi dan menjadi sumber penghidupan warga di Kecamatan Bojong Sari, justru diabaikan.

Batik sebagai Bentuk Kebudayaan Visual

Belakangan –bahkan sebenarnya sudah sejak jaman kuno– bentuk kebudayaan yang berkembang terarah pada kebudayaan yang berbentuk visual. Hal ini karena memudahkan kita untuk mendapatkan kesan terhadap kebudayaan tertentu. Seolah, penglihatan bisa menjadi duta dari indra lainnya untuk menangkap kesan dan pesan yang akan disampaikan pada pikiran. Marcel Danesi dalam bukunya yang berjudul, “Pesan, Tanda, dan Makna” menuliskan bahwa, “Penglihatan merupakan sumber pembuatan pesan dan makna yang penting. Tidak ada budaya yang tidak memiliki bentuk signifikasi visual. Semua budaya memiliki ekuivalen dari apa yang kita sebut diagram, peta, gambar, lukisan, ukiran, dan seterusnya. Semua ini menjadi saksi atas fakta bahwa bentuk visual dipandang sama krusialnya bagi pemahaman atas manusia dibanding kata-kata, kalau bukan lebih penting lagi.” (Marcel Danesi, 2010, hal.128). Batik merupakan produk yang lahir dari kebudayaan visual, melalui kesan yang ditangkap oleh penglihatan, batik dapat menjadi media untuk menyampaikan pesan. Bisa dikatakan, batik adalah salah satu bentuk penanda visual, karena batik penanda yang dapat dilihat. Dengan demikian, dapat dibahas melalui semiotika visual. Selaras dengan Danesi, bahwa studi tanda visual disebut semiotika visual. Tanda visual dapat didefinisikan secara sederhana sebagai tanda yang dikonstruksi dengan sebuah penanda visual, yang artinya dengan

penanda yang dapat dilihat (bukan didengar, disentuh, dikecap, atau dicium). Seperti semua jenis tanda lainnya, tanda visual dapat dibentuk secara ikonis, indeksikal, dan simbolis. (Marcel Danesi, 2010, hal.91-92).

Menurut Danesi, semiotika adalah ilmu makna. Semiotika adalah ilmu yang dinamis, hidup, dan selalu berubah. Memang luar biasa untuk dicatat bahwa dengan hanya sedikit gagasan dan konsep, semiotika dapat digunakan dengan begitu digdaya untuk mendeskripsikan dan menguraikan fenomena seperti seni, periklanan, bahasa, pakaian, bangunan, dan apa saja yang “sendirinya memang menarik”. (Marcel Danesi, 2010, hal.405). Sejak diakui oleh UNESCO sebagai warisan asli budaya Indonesia pada 2009, batik kian mendunia dan mendapatkan perhatian khusus dari anak-anak bangsa. Kalau dulu, batik terbilang benda kuno, kini batik kian trendi meramaikan dunia fashion, tidak hanya sebatas pakaian, bahkan batik menjadi pelengkap berbagai jenis aksesoris. Bukan hanya untuk koleksi, batik semakin menarik dieksplorasi dan diinovasi untuk memenuhi permintaan pasar global. Sebagian besar batik memiliki makna tertentu, motif bukan sekadar ornamen canting atau printing. Selanjutnya, tulisan ini akan membahas kemenarikan batik, hingga menyeret kita untuk lebih dalam menelusuri makna dan penggunaannya.

Makna Denotasi dan Konotasi Motif Batik Depok

Baru sekitar 32,9% dari 237 responden yang sudah tahu tentang ragam motif batik depok, dan hanya beberapa gelintir responden dari persentase tersebut yang dapat menyebutkan makna motif batik depok, itupun sebatas makna denotatif. Bagian berikut ini selain akan memberikan informasi mengenai ragam motif batik depok juga sekaligus

menelusuri maknanya baik secara denotatif maupun konotatif melalui semiotika Roland Barthes.

Teori semiotik Barthes hampir secara harafiah diturunkan dari teori bahasa menurut de Saussure. De Saussure mengemukakan empat konsep teoretis, yakni konsep *langue-parole*, *significant-signifié*, sintagmatik-paradigmatik, dan sinkroni-diakroni. Sesuai dengan sifat strukturalisme, Barthes menggunakan model dikotomis untuk mengembangkan dua konsep dalam semiotika, yaitu hubungan *sintagmatik* dan *paradigmatik* dan konsep *denotasi* dan *konotasi*. Barthes mengembangkan model dikotomis penanda-petanda menjadi lebih dinamis. Dalam kehidupan sosial budaya penanda adalah ekspresi tanda, sedangkan petanda adalah isi, tanda adalah relasi antara penanda dan petanda. Barthes membuat rumusannya sebagai berikut: {[Penanda = E (ekspresi)] – [Tanda = R (relasi)] – [Petanda = C (*contenu/content*)]}.

Barthes menyebut denotasi sebagai sistem pertama, yaitu makna yang dikenal secara umum. Sementara sistem kedua adalah proses ke arah metabahasa, yaitu segi retorika bahasa. Konotasi adalah makna baru yang diberikan pemakai tanda sesuai dengan keinginan, latar belakang pengetahuannya, atau konvensi baru yang ada dalam masyarakatnya. Konotasi merupakan segi ideologi tanda. Konsep konotasi digunakan Barthes untuk menjelaskan bagaimana gejala budaya –yang dilihat sebagai tanda– memperoleh makna khusus dari anggota masyarakat. (dirangkum dari Benny Hoed, 2011, hal.9-14). Dengan demikian, terlebih dulu kita akan berangkat dari makna yang dikenal secara umum, yaitu makna denotatif sebagai sistem yang pertama.

Berdasarkan laman <http://dekranasda.depok.go.id> berikut

makna denotatif yang terkandung dalam motif-motif batik tersebut:

1. Dari segi warna dasar batik: warna kuning keemasan, merah marun, oranye, biru, biru tua, dan krem, dimana semua warna dasar tersebut melambangkan suatu kewibawaan, keteduhan, ketenangan dan keberanian.
2. Dari segi motif dan simbol:
 - a. Paricara Dharma, semboyan Kota Depok yang menyiratkan banyak makna yang harus menjadi amanah semua komponen masyarakat depok, yang mengutamakan pengabdian yang baik, benar, dan adil.
 - b. Simbol sayap, berarti mengayomi, mengangkat tinggi harkat, martabat, dan derajat masyarakat Depok pada umumnya.
 - c. Simbol buah belimbing dan ikan memphis melambangkan keunggulan Kota Depok.
 - d. Simbol mega mendung, memberi arti tingginya cita-cita dan semangat yang sejuk.
 - e. Jembatan panus, Margonda, Gedung Tua, Gong Sibolong, serta Topeng Cisalak menunjukkan bahwa masyarakat Depok tak akan pernah meninggalkan dan akan selalu menghormati sejarah dan budaya para pendahulunya.



Gambar 1. Motif Paricara Dharma
Sumber: <http://dekranasda.depok.go.id>



Gambar 2. 10 Motif Batik Depok Pemenang Sayembara

Sumber: <http://dekranasda.depok.go.id>



Gambar 3. Motif ODNR
Sumber: <http://jumatil.tumblr.com>

Secara umum, simbol paricara dharma, sayap, belimbing, ikan hias, mega mendung, jembatan panus, margonda, gedung tua, gong sibolong, maupun topeng cisalak adalah bentuk-bentuk yang dimitoskan ke dalam motif batik. Mitos bukan sekadar 'obrolan' belaka, perlu kondisi-kondisi tertentu yang menjadikannya sebagai mitos. Mitos adalah suatu sistem komunikasi, dengan kata lain mengandung pesan. Sehingga, pesan pada mitos bisa bergantung pada konteks historisnya maupun penggunaannya. *Of course, it is not any type: language needs special condition, in order to become myth: we shall see them in a minute. But what must be firmly established at the start is that myth is a system of communication, that it is a message. This allows one to perceive that myth cannot possibly be an object, a concept, or an idea; it is a mode of signification, a form. Later, we shall have to assign to this form historical*

limits, conditions of use, and reintroduce society into it: we must nevertheless first describe it as a form. (Barthes, 1998, hal.109). Pertanyaan lanjut atas simbol tersebut adalah mengenai ideologi yang terselip di dalamnya. Pemrakarsa motif batik, Ibu Dra. Hj. Nur Azizah Tamhid bahkan bukan menyebut ikan hias, secara spesifik menyebut Memphis/*manfish*. Berdasar hasil pendekatan kuantitatif mengenai motif ikan hias khususnya, jelas bahwa *manfish* tidak bisa dijadikan ikon Kota Depok, karena justru tetra yang merupakan ciri khas ikan hias di Depok. Apakah karena ketidaktahuan, atau ada ideologi lain terselip di dalamnya, sehingga memitiskan *manfish* sebagai salah satu keunggulan Kota Depok. Dengan demikian, kita akan lanjut menelusuri makna motif batik Depok melalui sistem kedua, proses ke arah metabahasa, secara konotatif.

Konotasi sudah lama dikenal dalam linguistik, yakni penilaian pemakai bahasa terhadap suatu ujaran. Jadi, konotasi bukanlah makna ujaran itu sendiri. Konotasi berkembang menjadi lebih luas daripada yang ada dalam linguistik. Barthes menengahkan konsep konotasi sebagai pemaknaan kedua yang didasari oleh pandangan budaya, politik, atau ideologi pemberi makna. Konotasi berubah-ubah mengikuti perkembangan sejarah. Sehingga, konotasi bukan sekadar soal bahasa, melainkan sebuah fenomena budaya. (dirangkum dari Barthes, 1998, hal.171-173). Berangkat dari pemahaman tersebut, kita bisa menyimpulkan sementara bahwa –apabila ini bukan soal ketidaktahuan– gejala budaya yang terjadi di Kota Depok pada pemerintahan sebelumnya, tidak lain adalah mistifikasi data mengenai identitas Kota Depok itu sendiri. Identitas Kota Depok itu tidak lain dibentuk oleh mitos dari Balai Kota. Kita akan memulai penelusuran ini dari beberapa motif batik yang katanya sangat

populer di Kota Depok (baca: Balai Kota).

Motif Belimbing

Secara kasat mata, kita bisa melihat makna konotatif dari belimbing yang merupakan ikon Kota Depok. Motif belimbing mewakili *image* Kota Depok sejak masa pemerintahan Belanda. Tidak heran apabila motif ini kemudian dijadikan motif batik oleh para desainer. Secara konotatif, menelusuri makna motif belimbing sama dengan menelusuri belimbing sebagai ikon Kota Depok. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak UKM Ikan Hias dan pihak Dinas Pangan dan Tanaman Hortikultura, sesungguhnya penggunaan belimbing sebagai ikon tidak lain adalah penggunaan yang sifatnya praktis. *Image* Depok adalah belimbing, dengan sertamerta belimbing dijadikan ikon –berdasar juga pada inventarisasi keunggulan apa yang dapat ditunjukkan dari Kota Depok, walaupun kenyataannya masih banyak warga Depok yang tidak tahu kenapa belimbing dijadikan ikon padahal Depok tidak punya perkebunan belimbing. Kondisi ini cukup unik, karena masih banyak warga yang tidak tahu mengenai sejarah belimbing Depok. Itulah mengapa melalui motif belimbing pada batik Depok, warga seyogianya diajak tahu mengenai ikon Kota Depok ini.

Motif ‘Memphis’

Sesungguhnya, motif memphis tidak menjadi persoalan apabila warga Depok tidak tahu soal ikan hias apa yang menjadi unggulan Kota Depok. Hal ini terlihat dari populernya motif batik ini di Balai Kota dan sekitarnya, terutama karena Bapak Nur Mahmudi Ismail sering sekali menggunakan batik motif memphis di berbagai kesempatan, sehingga pada pemerintahan sebelumnya motif ini dikenal dengan istilah “batik pak wali”. Jadi, makna konotatif yang

tersebar di warga –yang kenal dengan motif ini– motif tersebut adalah motif “batik pak wali”, bahkan bukan ikan. Jika, secara konvensional warga sudah menyebut motif tersebut sebagai “batik pak wali”, maka soal ikan tetra *vis a vis* ikan memphis bukan lagi masalah. Tidak adanya sosialisasi mengenai ikan hias yang mendunia dan berkualitas ekspor kepada warga Depok sendiri –sehingga banyak warga tidak tahu soal memphis ataupun tetra– dapat melanggengkan motif ini sebagai motif “batik pak wali”. Di berbagai laman portal dan web yang menulis hasil wawancara dengan Ibu Dra. Hj. Nur Azizah Tamhid, tertulis bahwa memphis adalah unggulan Kota Depok. Kenyataannya, justru tetra yang menjadi produk unggulan, memphis hanya sekadar ada. Sekali lagi, kalau bukan karena soal ketidaktahuan, maka Balai Kota sengaja menjadikan memphis sebagai ikon Kota Depok –atau, ini hanyalah sekadar persoalan di ranah sayembara– karena, mempertahankan dan mempopulerkan motif memphis, artinya mengakui bahwa memphis adalah ikon Kota Depok. Dengan demikian, Balai Kota dalam hal ini mengkonotasikan memphis sebagai ikon Kota Depok. Kalau yang terjadi ternyata memang karena ketidaktahuan, maka kita bisa melihat bahwa sayembara ini tidak didahului oleh survei atau cek data inventaris, sehingga motif batik Depok hanya sekadar lomba biasa, bukan digelar secara serius.

Motif ODNR

Motif yang satu ini, *One Day No Rice*, memang sengaja diluncurkan dalam rangka menunjang salah satu bentuk kebijakan pemerintahan sebelumnya. Kota Depok dimitoskan sebagai kota yang warganya tidak makan nasi dalam satu hari. Perlu data survei lagi untuk mengetahui apakah kebijakan ini benar-benar berjalan di masyarakat atau lagi-

lagi hanya seputaran Balai Kota. Di motif ini, kita bisa melihat bahwa motif batik tidak hanya bermuatan seni ataupun estetika, melainkan bermuatan ideologi.

Secara konotatif, motif batik Depok bukan hanya sekadar representasi motif batik dari Kota Depok, melainkan bisa menjadi media untuk ajang pencitraan bagi pemerintah Kota Depok.

SIMPULAN

Motif batik Depok tenggelam seiring selesainya sayembara mendesain motif batik Depok, padahal masih banyak warga Kota Depok sendiri yang bahkan belum mengetahui keberadaan motif batik Depok. 67,1% dari 237 warga Depok sama sekali tidak tahu tentang adanya motif batik Depok. Bahkan di Kecamatan Bojong Sari 100% dari 21 responden tidak tahu soal motif batik Depok. Baru sekitar 32,9% dari 237 responden yang sudah tahu tentang ragam motif batik Depok, dan hanya beberapa gelintir responden dari persentase tersebut yang tahu makna motif batik Depok secara denotatif. Dapat disimpulkan, motif batik Depok baru diketahui oleh sebagian kecil warga Depok, itupun hanya seputar Balai Kota. Padahal warga Depok bukan hanya orang-orang yang berada di Balai Kota. Motif batik tersebut mudah sekali ditelusuri maknanya baik secara denotatif maupun konotatif karena berbentuk visual, minimal kita bisa langsung kroscek dengan melihat bentuk aslinya dan mencari data terkait. Itulah kelebihan dari media visual. Apabila, misalnya, motif memphis itu hanya berbentuk wacana, seseorang bisa berkelid dengan mengatakan bahwa memphis itu hanyalah nama lain dari ikan tetra.

Motif ‘memphis’ adalah motif batik yang perlu dikaji ulang dalam penggunaannya, mengingat tidak sesuai dengan kenyataan; ikan memphis bukan produk unggulan –ikon Kota Depok,

bahkan ikan ini ada di banyak tempat lain selain Kota Depok. Motif ODNR juga merupakan motif yang perlu dipikirkan ulang untuk penggunaannya, mengingat kebijakan sehari tidak makan nasi tersebut perlu penelaahan lebih lanjut di masyarakat. Nampak, masih banyaknya persoalan yang terselip di dalam motif batik depok, sehingga masih ada lahan luas bagi para peneliti untuk menelusuri lebih jauh soal eksistensi motif batik depok kedepan, persoalan kriteria sayembara mendesain batik pada 2007 lalu juga masih bisa menjadi bahan pertanyaan, soal pemilihan Ikon Kota Depok, hingga pemilihan batik sebagai media promosi daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Barthes, R. (1998). *Roland Barthes Mythologies. Trans. Annette Lavers*. New York: Hill and Wang.
- Danesi, M. (2010). *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hamidin S, A.. (2010). *Batik Warisan Budaya Asli Indonesia*. Yogyakarta: Narasi.
- Hartono, J.H. (2004). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: BPFE.
- Hoed, B. H. (2011). *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu
- Koentjaraningrat. (1997). *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta
- Kuswadji. (1981). *Mengenal Seni Batik di Yogyakarta*. Yogyakarta: Proyek Pengembangan Permuseuman Yogyakarta.
- Murtihadi dkk. (1979). *Pengembangan Teknologi Batik Menurut SMIK*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan

Poerwodarminto. (1989). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Soesanto, S. (1980). *Seni Kerajinan Batik Indonesia*. Yogyakarta: BBKB: Departemen Perindustrian RI.

Tim Penyusun. (2002). *Informasi Depok Membangun*. Depok: CV Duta Srikandi.

Sumber Internet

archive.aramcoworld.com, diambil melalui dgi-indonesia.com/garis-waktu-batik-indonesia/ diakses pada 21 Februari 2016 5:54 PM

www.tempo.co, diparafrasekan dari <http://www.hanleebatik.com/sejarah-batik-indonesia-yang-mendunia>, pada 21 Februari 2016 6:11 PM

UNESCO.org, KOMPAS.com Senin, 05 Oktober 2009, diparafrasekan melalui dgi-indonesia.com/garis-waktu-batik-indonesia/, 21 Februari 2016 pada 5:27 PM

<http://www.hg.org/article.asp?id=6113>, diambil melalui dgi-indonesia.com/garis-waktu-batik-indonesia/, 21 Februari 2016 pada 5:45 PM

<http://indonesia-oslo.no/indonesians-to-celebrate-batik-day-on-october-2/>, diparafrasekan melalui dgi-indonesia.com/garis-waktu-batik-indonesia/, 21 Februari 2016 pada 5:50 PM

<http://dekranasda.Depok.go.id/sejarah-batik-kota-Depok.html>, diunggah pada 21 Februari 2016, 6:50 PM.

Flyvberg, Bent. 2006. Five Misunderstandings About Case Research. Qualitative Inquiry. <http://qix.sagepub.com> hosted at <http://online.sagepub.com>.

www.depok.go.id. Diakses pada tanggal
24 Februari 2016 pada pukul
22.00 WIB

Narasumber

Ibu Dra. Sri Ayu Rahayu M.M, Pihak
Dekranasda Kota Depok.

Ibu Hermin, Kepala Bidang Pangan dan
Tanaman Hortikultura Kota
Depok.

Bapak Agus Tri Y., Dinas Komunikasi
dan Informasi kota Depok.

Bapak Tohir, Kepala UKM Ikan Hias
Kota Depok.