



## Ragam Hias “Sepak Bola” pada Pakaian Batik: Antara Komodifikasi dan Estetika

Michael H.B. Raditya

ISI Yogyakarta, Jalan Parangtritis Km. 6,5, Sewon,  
Kec. Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia  
Email: michael.raditya@gmail.com

**Abstrak.** Dewasa ini, perkembangan batik semakin masif dalam keberadaannya. Di satu sisi eksistensinya semakin terjaga, di sisi lain terjadi perubahan pada batik. Dua tahun terakhir, Pakaian Batik dengan ragam hias sepak bola muncul, dan menjadi komoditas lain oleh para perajin batik. Kemunculan batik cetak dengan ragam hias sepak bola ini turut memancing pro dan kontra dalam keberadaannya. Persoalan estetika dan komodifikasi muncul terkait tujuan dari perubahan ini. Terlebih mempertanyakan esensi dan eksistensi dari batik tersebut. Pada artikel ini, pakaian batik dengan ragam hias sepak bola akan ditelaah berdasarkan esensi dan perubahan. Pembahasan esensi pada batik akan ditelaah dengan estetika dan komodifikasi. Hal ini dimaksudkan untuk melihat esensi dari ragam hias sepak bola pada batik tersebut. Telaah yang didapat, bahwasanya pada batik ragam hias sepak bola lebih mengedepankan komodifikasi dibanding estetika batik itu sendiri. Telaah ini menjadi refleksi terhadap masyarakat atas batik secara khusus, dan seni secara umum.

**Kata kunci:** batik; sepak bola; perubahan; komodifikasi; estetika.

### *“Football” Patterns on Batik Shirts: Between Commodification and Aesthetic*

**Abstract.** Nowadays batik is going through a massive development in its existence. On the one hand its position has become stronger, but on the other hand its character is changing. About two years ago, a batik football pattern gained popularity and was adopted as a commodity by batik artisans. The football pattern had positive and negative effects on batik. Issues of aesthetics and commodification emerged as a result of this development. Moreover, it put the essence and character of batik itself into question. In this research, the batik football pattern was investigated in relation to the essence of batik and the way it has been affected. The essence of batik was particularly analyzed from the perspective of its aesthetics and commodification, with the aim to find out how they were influenced by the football pattern. The conclusion of the research was that the batik football pattern has put more emphasis on the commodification of batik in stead of its aesthetics. This analysis shows how batik specifically and art in general are influenced by society.

**Keywords:** batik; football; changed; commodification; aesthetic.

---

Received April 28<sup>th</sup>, 2015, 1<sup>st</sup> Revision October 5<sup>th</sup>, 2015, 2<sup>nd</sup> Revision March 2<sup>nd</sup>, 2016, Accepted for publication March 4<sup>th</sup>, 2016.

Copyright © 2016 Published by ITB Journal Publisher, ISSN: 2337-5795, DOI: 10.5614/j.vad.2016.7.2.5

## 1 Pendahuluan

Popularitas batik pada beberapa tahun belakangan mengalami lonjakan yang signifikan. Secara eksplisit, keadaan ini dibuktikan dari lebih seringnya penggunaan batik oleh khalayak umum dalam menghadiri sebuah acara, maupun pada hari kerja. Selain itu, para perajin batik menjadikan batik tidak hanya digunakan untuk berbusana saja, tetapi juga diterapkan pada beberapa hal yang ada di sekitar kita, seperti: *wallpaper* dalam dekorasi, aksesoris, barang-barang interior, pelengkap pakaian, dan sebagainya. Hal ini turut senada dengan apa yang diungkapkan oleh Krevitsky sebagai berikut: *In recent years, the art of batik has come into vogue again, revitalized and invigorated, and it is now being practiced by artists and accepted as a legitimate medium for large scale wall decorations, as well as for articles of clothing or interior accessories* [1]. Pernyataan Krevitsky menjelaskan bahwa Batik telah diformulasikan ke dalam segala bentuk penggunaan. Implikasi yang muncul dari beragamnya bentuk batik menunjukkan bahwa batik terjaga eksistensinya dalam mengikuti kontekstual jaman dengan segala bentuk permintaan dan implikasinya. Ide dan gagasan tersebut membentuk batik semakin mendapatkan perhatian dan tempat tersendiri dalam kehidupannya kini. Namun hal ini akan sangat berbeda jika ide dan gagasan atas pembebasan bentuk terkait batik dicanangkan beberapa dekade lalu. Anggapan merusak nilai sakral batik menjadi hal yang akan diungkapkan oleh beberapa kalangan masyarakat.

Namun kini, keberagaman jenis produksi secara eksplisit menjelaskan bahwa batik tidak terbatas pada bentuk apapun, sehingga secara implisit menegaskan bahwa daya konsumsi terhadap batik semakin tinggi. Ketika daya konsumsi atas batik tinggi, maka pembiasaan atas batik semakin intensif. Pembiasaan baru membentuk stigma bahwa batik dapat dipadu-padankan dan digunakan tidak terbatas dalam ruang, waktu dan bentuk. Implikasi yang muncul tidak hanya pada stigma penggunaan, tetapi juga pada nilai batik. Masyarakat yang sudah mengenal batik tanpa adanya filter penggunaan menciptakan kebebasan nilai. Hal ini dapat dibuktikan dari penggunaan batik yang pada awalnya sebagai busana saja, kini digunakan dalam segala macam bentuk. Segala macam bentuk membuat nilai sakralitas batik itu sendiri perlu dicermati. Penilaian atas menguat dan melemahnya nilai pada batik itu sendiri akan berkorelasi dengan perihal kualitas dan kuantitas. Pada satu sisi terdapat anggapan bahwa sakralitas akan menguat jika kuantitas tinggi, tetapi anggapan di sisi lain menguatkan bahwa sakralitas akan melemah jika kuantitas tinggi tanpa kontrol yang jelas.

Tulisan ini merujuk pada studi kasus yang terjadi pada batik kini. Akhir tahun 2012 muncul sebuah jenis pakaian batik variasi, yakni perpaduan antara motif batik dengan emblem atau lambang sebuah klub sepak bola. Bentuk dari desain batik tersebut adalah motif batik yang menjadi latarbelakang dari lambang klub

sepak bola tertentu di beberapa bagian pakaian. Asumsi yang muncul adalah intensitas yang tinggi pada masyarakat terhadap batik seakan menyalahgunakan batik tersebut, tetapi di lain sisi hal ini merupakan upaya kreativitas dari para pelaku dan kreator batik. Sebuah dilematis muncul terkait batik dengan ragam hias sepak bola. Dalam tulisan ini akan menilik lebih lanjut atas batik ragam hias sepak bola secara lebih mendalam. Beberapa hal yang akan ditelusuri lebih lanjut adalah posisi batik sepak bola atas komodifikasi dan estetika. Menilik posisi batik ragam hias sepak bola terkait dengan eksistensi batik itu sendiri.

Dalam menelaah permasalahan adapun pisau bedah yang akan digunakan, yakni teori perubahan dan kontinuitas, serta penerapan konsep komodifikasi dan estetika. Adapun metode yang digunakan dalam pencarian data adalah metode penelitian sejarah. Kuntowijoyo [2] menjelaskan bahwa penjelasan sejarah adalah *hermeneutics* dan *verstehen* (menafsirkan dan mengerti), penjelesan sejarah adalah penjelasan tentang waktu yang memanjang dan penjelasan tentang peristiwa tunggal. Sumber data akan berasal dari kajian pustaka, yakni buku, artikel, jurnal, tulisan ilmiah. Teknik pengumpulan data kualitatif menjadi pilihan yang tepat karena mengandalkan wawancara mendalam. Hasil temuan akan menjadi refleksi dalam melihat esensi dan eksistensi batik sebagai sebuah manifesto kebudayaan.

## **2 Pembahasan**

### **2.1 Dari Batik Hingga Batik Ragam Hias Sepak Bola**

Telaah atas perkembangan pada batik akan memberikan perspektif terhadap awal kemunculan hingga keberadaannya kini. Kata perkembangan digunakan untuk melihat posisi batik kini, perubahan sudah menjadi jaminan ketika membicarakan perkembangan. Hal ini semakin terejawantahkan dengan adanya perubahan bentuk, motif, ruang, penggunaan, fungsi dan guna dari Batik itu sendiri. Sebelum ke ranah diakronis, telaah batik secara terminologi dianggap perlu untuk menilik perubahan yang terjadi. Pada mulanya tidak ada pengertian batik secara konvensional, para peneliti yang melakukan beberapa riset sebelumnya saling berpendapat atas batik itu sendiri. Secara etimologi, ada beberapa perbedaan dalam penggunaan terma batik. Seperti Hidayat dan Widjanarko [3], Honggopuro [4], Koentjaraningrat [5], Rouffaer dan Juynboll [6] dan beberapa penulis menyatakan bahwa batik bermula dengan nama batik itu sendiri, namun Haryono [7] menyatakan bahwa penulisan kata batik dalam bahasa Jawa mestinya '*bathik*' dan dalam pengucapannya dengan bahasa Indonesia juga seperti dalam bahasa Jawa.

Asal mula penamaan Batik tidak terbentuk begitu saja, terdapat artian dan esensi yang mendalam. Haryono [7] menyatakan bahwa penelusuran air kata

batik banyak memakai model ‘*kereta basa*’ yaitu berasal dari kata ‘*ngembat titik*’ atau ‘*rambating titik-titik*’ dalam pengertian bahwa batik merupakan proses rangkaian dari titik-titik. Sedangkan Hidayat dan Widjanarko [3] menyimpulkan bahwa:

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

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

Berdasarkan epistemologinya, batik turut diartikan cukup beragam, baik secara pembuatan hingga motif. Seperti artian batik sebagai gambar berpola dengan teknik tutup-celup [7], teknik melukis kain dengan lilin (malam) [8], hingga gambar yang dihasilkan dari canting dengan bahan lilin [9]. Namun secara pembakuan nasional, batik diartikan sebagai seni kain yang menggunakan proses perintang lilin atau malam sebagai bahan media untuk menutup permukaan kain dalam proses pecelupan warna [10]. Dari simpulan nama batik di atas, secara eksplisit menjelaskan bahwa proses pembuatan batik membutuhkan: malam (alami dan buatan), kain (mori, katun, sutera, dll), dan canthing (manual dan cap). Aktivitas membatik menggunakan canthing untuk menghias kain dengan malam membentuk sebuah pola-pola tertentu.

Pola tertentu pada kain membentuk motif-motif pada batik, tetapi motif pada batik disesuaikan dengan fungsinya. Menurut Haryono [7] motif ragam hias terdiri dari ragam geometrik, ragam fauna, ragam flora, tetapi pada batik mengingat batik digunakan untuk keperluan ritual, seremonial dan domestik, maka ragam hias batik berkaitan dengan harapan atau keinginan manusia. Alhasil, dapat diyakini bahwa motif batik merupakan motif yang esensial. Senada dengan pernyataan di atas, Sri Sultan Hamangku Buwana X [11] menyatakan bahwa:

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

Motif pada batik mempunyai pesan dan makna yang terkandung dalam motif yang dibuat. Motif pada kain batik merupakan representasi nilai yang baik

dalam kehidupan. Motif dalam batik juga merupakan representasi dari kekuasaan [12] dan pangkat [13], yang secara eksplisit menjelaskan bahwa batik merupakan representasi kuasa.

Motif pada batik tidaklah terbentuk berdasarkan nilai pada fungsi, tetapi terdapat nilai keindahan di dalamnya. Gustami [14] menyatakan bahwasanya ciri-ciri kebudayaan Keraton (budaya ageng) ialah bersifat halus dan sophisticated dengan selera dan gaya yang rumit, ngeremit, ngrawit, kaya keindahan. Dari pernyataan Gustami, secara eksplisit dapat dilihat bahwa motif yang terbentuk merupakan padanan dari hal yang rumit, penuh selera dan dengan nilai-nilai keindahan di setiap motifnya. Hal tersebut dapat terlihat dari salah satu kain batik di bawah ini:



**Gambar 1** Salah satu contoh motif batik.

Dari Gambar 1 di atas menjelaskan bahwa motif yang terbentuk berisikan sebuah ragam hias dengan pola yang sama. Motif di atas sangat terbentuk berdasarkan keindahan dan kemewahan tertentu. Terdapat pesona dalam keindahan yang terbentuk pada motif-motif pada batik. Motif pada batik terbentuk berdasarkan fungsi dan kelas dengan diikuti nilai keindahan yang tatkala luput dari esensi dari batik itu sendiri.

Batik dalam penggunaan dan perkembangannya kini lebih banyak digunakan untuk perangkat pada busana, seperti halnya kain bawahan, tutup kepala dan pakaian. Hal tersebut secara jelas dapat dilihat kini, yakni pada penggunaan batik yang didominasi pada busana kemeja. Bahkan batik menjadi busana formal pada setiap acara tertentu. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan penggunaan batik untuk kalangan terbatas saja dalam tataran masyarakat umum, contohnya untuk generasi tua atau perkantoran. Alhasil yang stigma tercipta pada realitas tersebut adalah batik sebagai busana formal yang digunakan untuk generasi tua. Dalam penggunaan batik ditujukan untuk acara formal, seperti

halnya pernikahan, reuni, pelantikan dan acara-acara penting pada siklus hidup manusia. Penulis juga mengalami pengalaman empiris serupa, tidak semua orang bisa mengakses batik sebagai busana, entah karena stigma yang melekat atau biaya produknya yang terlampau tinggi.

Selain persoalan harga, penggunaan batik didasarkan pada pendistribusian batik itu sendiri. Batik Indonesia merupakan komoditas ekspor yang besar. Secara eksplisit menjelaskan bahwa penggunaan batik sebagai busana tidak hanya digunakan oleh masyarakat Indonesia saja, tetapi masyarakat Dunia. Dari catatan sejarah yang sudah diulas, dijelaskan bahwa pengenalan batik sudah dilakukan sejak dulu oleh masyarakat asing. Batik dikenal tidak terbatas pada masyarakat lokal, tetapi pada masyarakat global. Beberapa contoh penggunaan batik oleh tokoh-tokoh dunia seperti, Nelson Mandela, Kofi Annan, Obama, dan beberapa tokoh dunia lainnya. Pembiasaan ini terbentuk sejak dahulu, dengan memberikan batik kepada kerabat kerajaan, sehingga terbentuk hingga kini walaupun pendistribusiannya sekarang menggunakan jalur ekspor. Namun, sejak tahun 2012 silam, terdapat sebuah gagasan baru yang terealisasi oleh para produsen terhadap batik. Tahun tersebut mengawali munculnya batik ragam hias sepak bola. Kemeja batik yang tertera logo, emblem, dan tokoh sepakbola pada media batik tersebut. Salah satu dari perubahan yang terjadi adalah pada penambahan ragam pada motif batik. Pada hal ini penambahan ragam tersebut berbentuk:



**Gambar 2** Lambang dari klub Barcelona (kiri) dan negara Inggris (kiri).

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

Berkaitan dengan para perajin batik, popularitas sepakbola telah memberikan porsi tersendiri sebagai landasan pengkombinasian pada pakaian batik.

Sebenarnya dalam ranah kreativitas, pemanfaatan atas sumber daya yang esensial seperti pada batik dan sepak bola, merupakan kombinasi yang ideal. Namun dalam pelaksanaannya, pakaian batik ini terkesan gegabah, terlebih ketika kedua unsur tersebut dicampur tanpa pemikiran yang kuat. Percampuran ragam sepak bola pada motif batik seperti berikut:



**Gambar 3** Gambar padanan batik dengan emblem Negara (kiri), dan padanan batik dengan klub dan bintang sepak bola (kanan).

Dari Gambar 2 dan 3 di atas, secara jelas memperlihatkan padanan motif dengan ragam hias sepak bola terkesan memaksakan pada padu-padan desain dan tata letak. Warna antara batik dan klub sepak bola juga menjadi hal yang perlu dicermati. Pada gambar kiri, kemeja dengan emblem Negara Inggris di posisi perut dan dada sebelah kiri dengan ukuran yang lebih kecil. Pada *background*, motif batik bercampur dengan Bendera Inggris di belakangnya. Padu-padan bisa dianggap terlalu ramai karena terdapat ketakutan atas efektifnya penempatan emblem-emblem tersebut. Pada gambar kanan, merupakan variant paduan motif kontemporer dengan paduan gambar klub sepak bola di bagian kanan bawah dengan bentuk yang besar, dan gambar seorang pemain sepak bola yang membujur dari kanan atas hingga kanan bawah. Lantas, bagaimana batik diasumsikan sebagai batik, jikalau perpaduan yang terjadi seperti ini.

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

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

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

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

Pernyataan Fela di atas merupakan *counter* terhadap batik ragam hias sepak bola. Fela dalam mengamati batik ragam hias sepak bola kurang menyetujui atas gagasan kombinasi antara motif pada batik dan ragam hias sepak bola. Menurutnya, tidak adanya kesesuaian pada desain dan warna pada batik. Tidak ada proporsi yang dipikirkan dalam meletakkan emblem atau lambang sepak bola. Pernyataan Fela secara implisit menyatakan bahwa pada batik terdapat estetika. Ketika dipasangkan dengan lambang, emblem, gambar atau karakter dalam sepak bola akhirnya terkesan memaksakan karena tidak adanya pemikiran atas estetika yang dihasilkan kembali. Persoalan reproduksi estetika menjadi permasalahan utama bagi variasi pembuatan batik.

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

## **2.2 Pakaian Batik “Sepak Bola”: Antara Komodifikasi dan Estetika**

Bertolak dari pemahaman akan batik dengan segala estetika dan pesonannya, dan kesadaran akan informan akan ragam hias yang tidak cermat dalam penempatan pada pakaian batik, maka mendefinisikan dan mencoba menguak bentuk dari Batik ragam hias sepak bola menjadi hal yang perlu dilakukan. Pembahasan pada sub bab ini terkait estetika, komodifikasi, keduanya, atau

sebaliknya. Acapkali pakaian batik tidak mempersoalkan estetika dalam penempatan emblem, maka retorik yang dapat mengakomodasi ketidaksertaan estetika dalam pakaian adalah persoalan komodifikasi. Namun perlu ditilik lebih lanjut terkait pakaian batik dan komodifikasi tersebut. Bagi Aan, seorang penjual pakaian batik, hal tersebut mungkin tidak menjadi soal yang penting. Kepentingannya adalah terjual, dan menguntungkan. Pernyataan Aan sebagai berikut:

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

Pernyataan Aan di atas, seraya menguatkan asumsi penulis terhadap proses komodifikasi yang terjadi. Batik ragam hias sepak bola menjadi komoditas sehingga produksi dilakukan tanpa memperhatikan estetika dan aturan-aturan yang ada. Estetika dan komodifikasi, merupakan penyederhanaan konsep dari *art for art* dan *art for mart*. Estetika lebih mengedepankan nilai seni itu sendiri ketimbang pasar, sedangkan komodifikasi lebih mengedepankan pasar daripada nilai seni yang ada.

Sebelum memulai penelaahan terhadap batik ragam hias sepak bola, adapun pengertian estetika dan komodifikasi itu sendiri. Pada dasarnya, estetika merupakan hal yang mengedepankan nilai keindahan sebagai poin utama. Sumardjo [15] mengatakan bahwa:

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

Secara eksplisit Sumardjo menyatakan bahwasanya estetika bukan bagian dari logika, lebih pada pikiran bawah sadar, pengalaman, dan intuisi. Bahkan estetika merupakan tahapan selanjutnya dari logika. Hal ini menjadi jelas jika batik ragam hias sepak bola ditelaah dengan nilai estetika. Selanjutnya, Kant Hobart dan Kapferer mengartikan estetika sebagai [16]:

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

Kant dalam kajiannya menyatakan bahwa, estetika lebih mengenai penubuhan dan pengalaman sensorial manusia. Sebuah hal yang dikaitkan sebagai seni, mengalami proses estetis yang penuh dengan ekspresi. Lebih secara rinci Kant [17] menjelaskan:

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

Estetika merupakan persoalan pengalaman yang terkait pada emosional seorang individu ataupun kelompok. Estetika merupakan tahapan dari proses pengolahan berdasarkan perasaan, seperti halnya kenikmatan dan sebaliknya. Sifat yang bersifat subjektif menjadi kekuatan utama dari estetika tersebut terbentuk. Melanjutkan dari pernyataan Kant, Estetika menurut Eagleton [18] merupakan:

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

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

Estetika merupakan sebuah nilai gagasan intuitif dari sebuah karya dan ciptaan. Ciptaan yang menggunakan sesuatu yang disebut intuitif. Semua berdasarkan kenikmatan akan seni itu sendiri, sesuatu yang lebih mengedepankan emosi, jiwa dan perasaan dalam melihat sebuah hal. Estetika merupakan telaah lebih dalam terhadap proses intuitif pada sebuah karya. Pada dasarnya estetika tidak selalu merujuk pada terma keindahan yang harafiah, keindahan pun mempunyai artian yang kompleks dalam perkembangannya kini. Estetika pun dapat diartikan sebagai sesuatu yang tidak indah, layaknya yang dikemukakan oleh Karl Rozenkranz atas estetika keburukan [19]. Dari hal tersebut, terbetik beberapa hal penting akan estetika, bahwa estetika tidak lagi merujuk pada indah atau buruk sebuah karya. Gagasan dan penerimaan akan karya seni lah sebagai pengejawantahan estetis. Selain itu estetika mempunyai implikasi yang bermanfaat untuk masyarakat, baik secara langsung maupun sebaliknya.

Praduga lainnya terhadap batik ragam hias sepak bola adalah pada komodifikasi. Komodifikasi tidak dapat dipungkiri keberadaannya, selain batik sudah menjadi komoditi, percampuran dengan ragam hias sepak bola merupakan

bentuk komoditas baru. Pada dasarnya komodifikasi menurut Appadurai [20] adalah:

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

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

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

Dari penjabaran antara estetika dan komodifikasi, Batik ragam hias sepak bola dalam tata letak kurang memperhatikan aspek estetika dalam penciptaan. Konstelasi dari batik ragam hias sepak bola sudah sangat jelas memperlihatkan bahwa produksi batik tersebut diproduksi secara massal karena alasan event sepak bola tertentu. Ketika membicarakan proses produksi yang dikaitkan dengan alasan tertentu, sangat menakutkan ketika permintaan akan bermacam-macam pada ranah produksi. Produksi yang disandarkan pada kepentingan permintaan akan berpangkal pada kemauan si empunya kepentingan saja. Dalam tataran ini dapat disimpulkan bahwa yang terjadi pada batik ragam hias

sepak bola tidak didasarkan pada nilai-nilai estetika sebagai landasan dalam proses produksi. Barang yang diproduksi tidak mementingkan esensi dari barang tersebut, tetapi lebih pada kehadiran semata. Estetika merupakan sebuah penggalian terhadap pengalaman emosional tertentu. Pada batik ragam hias sepak bola, memang tidak dapat dipungkiri nilai pada batik dan sepak bola mengandung emosi tertentu. Namun perpaduan yang terjadi antara keduanya tidak membentuk emosional yang setara dengan nilai benda ketika berdiri tunggal. Sepak bola mempunyai estetis dalam keberlangsungannya, demikian juga dengan batik.

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

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

hias sepak bola didasari dengan proses komodifikasi dalam keberlangsungannya.

### 3 Penutup

Masifnya perkembangan penggunaan batik tidak diiringi dengan pemahaman akan batik itu sendiri. Walaupun sudah dimodifikasi dalam bentuk pakaian, dengan teknologi cetak. Namun pada pakaian batik tidak tertera adanya estetika. Alhasil pada pakaian batik dengan ragam hias sepak bola dapat diartikan sebagai komoditas semata. Dapat diartikan bahwa pasar menjadi landasan dalam berkreasi, sehingga esensi dan estetika akan direduksi. Kemungkinan terburuk adalah hilangnya nilai dan kualitas pada batik. Lantas, bila halnya perubahan ini terus terjadi, bisa dibayangkan ketika terdapat permintaan yang tinggi atau terkait dengan event tertentu –seperti halnya politik–, batik atau kesenian apapun akan –seolah-olah– dipaksakan (baca:disandingkan). Pada dasarnya, pakaian batik tersebut tidaklah keliru, semua kreativitas merupakan usaha yang sah, namun agaknya perlu jika kesenian atau kerajinan tetap memperhatikan esensi dan estetika dalam proses kreatif. Alhasil pakaian batik tidak menghilangkan kebatikannya, dan kreativitas masih dalam satu tataran yang beretika.

### Kepustakaan

- [1] Krevitsky, N., *The Art of Batik Today*. *Art Education*, **17**(8) Nov. 1964, pp. 33-35, 1964.
- [2] Kuntowijoyo, *Penjelasan Sejarah*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2008.
- [3] Hidayat & Widjanarko, *Reinventing Indonesia: Menemukan Kembali Masa Depan Bangsa*, Jakarta: Mizan, 2008.
- [4] Honggopuro, K., *Batik sebagai Busana dalam Tantangan dan Tuntutan*. Surakarta: Yayasan Peduli Karaton Surakarta Hadiningrat, 2002.
- [5] Koentjaraningrat, *Kebudayaan Jawa*, Jakarta: Balai Pustaka, 1994.
- [6] Rouffaer, G.P. & Juynboll, H.H., *De Batikkunst in Nederlandsch-Indie en Haar Geschiedenis*, Jilid I-II, Utrecht: Oosthoek, 1914.
- [7] Haryono, T., *Seni Pertunjukan dan Seni Rupa dalam Perspektif Arkeologi Seni*, Surakarta: ISI Press Solo, 2008.
- [8] Shadily, H., *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1990.
- [9] Suyanto, A.N., *Sejarah Batik Yogyakarta*, Yogyakarta: Rumah Penerbitan Merapi, 2002.
- [10] Syafrina, F., *Pemanfaatan Teknik dan Desain Batik dalam berbagai Media serta Pemanfaatannya*, Jakarta: Fakultas Seni Rupa IKJ, 1996.
- [11] Sri Sultan Hamengku Buwana X, 'Pengantar' dalam *Sekarang Jagad Ngayogyakarta Hadiningrat*, Jakarta: Himpunan Pecinta Kain Batik dan Tenun Wastaprema, 1990.

- [12] Ismadi, *Seni Kerajinan Batik Bayat Klaten Antara Tahun 1990-2010*, Tesis, Program Pascasarjana Pengkajian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa, Universitas Gadjah Mada, 2010.
- [13] Laksmi, V.K.P., *Bentuk Fungsi dan Makna Simbolis Motif Kain Batik Sidomukti Gaya Surakarta*, Tesis, Program Pascasarjana Pengkajian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa, Universitas Gadjah Mada, 2008.
- [14] Gustami, S.P., *Studi Komparatif Gaya Seni Yogya, Solo*, Yogyakarta: Yayasan Untuk Indonesia, 2000.
- [15] Sumardjo, J., *Estetika Paradoks*, Bandung: Sunan Ambu Press, 2010.
- [16] Kapferer, B. & Hobart, A., *Aesthetic in Performance*, New York: Berghahn Books, 2005.
- [17] Kant, I., *Critique of the Aesthetical Judgment*, dalam W.E. Kennick, *Art and Philosophy Reading in Aesthetics*, New York: St. Martins Press, 1979.
- [18] Eagleton, T., *The Ideology of The Aesthetic*, Cambridge: Basil Blackwell, 1990.
- [19] Hauskeller, M., *Seni- Apa itu?*, Yogyakarta: Kanisius, 2015.
- [20] Appadurai, A., *Gastro-Politics in Hindu South Asia*, dalam *American Ethnologist*, 8(3), pp. 494–511, 1981.

#### Daftar Informan

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

#### Rujukan Gambar

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

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

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