

PERKEMBANGAN ETIKET BATIK DI KAUMAN SURAKARTA TAHUN 1950–1970

Hermansyah Muttaqin

Dosen Desain Komunikasi Visual
Fakultas Sastra dan Seni Rupa UNS
Jl. Ir. Sutami No. 36A Surakarta 57126
merzy_biker@uns.ac.id

INTISARI

Artikel ini merupakan hasil dari penelitian berjudul *Dinamika Etiket Batik di Kauman Surakarta Tahun 1950–1970* dilakukan untuk menjawab permasalahan yang difokuskan pada tiga pertanyaan utama, yaitu mengapa muncul penggunaan etiket batik di Kauman Surakarta, bagaimana dinamika etiket batik yang dibuat pengusaha batik di Kauman Surakarta tahun 1950 s.d. tahun 1970, serta bagaimana estetika visual etiket batik di Kauman Surakarta tahun 1950 s.d tahun 1970. Tujuan penelitian ini adalah untuk melacak munculnya penggunaan etiket batik di Kauman Surakarta dan keberadaannya sampai dengan tahun 1970, mengkaji dinamika ragam etiket batik yang dibuat pengusaha batik di Kauman Surakarta tahun 1950 s.d tahun 1970, mengkaji dan menjelaskan ragam estetika etiket batik di Kauman Surakarta tahun 1950 s.d tahun 1970.

Munculnya penggunaan etiket batik berawal dari adanya industri batik di Kauman Surakarta. Meningkatnya kebutuhan kain batik tulis membuat para istri *abdi dalem pamethakan* di Kauman melakukan kerja rangkap sebagai pembuat sekaligus pedagang batik tulis, yang kemudian melahirkan para pengusaha batik di Kauman. Perubahan batik dari kerajinan rumah menjadi sebuah industri terjadi ketika muncul teknologi cap untuk batik. Dalam pemasarannya, batik *cap-capan* menggunakan etiket sebagai identitas dagangannya. Dinamika etiket batik di Kauman dapat ditelusuri dari ejaan yang digunakan pada etiket, sehingga dapat dibagi menjadi dua periode pembuatan etiket. Sementara tata letak desain etiket batik mengacu dari desain etiket mori impor. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan pada perkembangan desain grafis lokal juga masyarakat umum agar lebih mengenal perkembangan etiket batik di Kauman.

Kata kunci: Dinamika, etiket, Kauman Surakarta

ABSTRACT

Research based on "The Dynamic of Etiket Batik in Kauman Surakarta During 1950–1970" is done to answer a problem that based to three main questions; the reason of appearance of batik etiket in Kauman Surakarta, and how the dynamic of etiket batik is created by batik industrialist in Kauman Surakarta during 1950-1970. The aim of this research is to trace they appearance the use of batik etiket in Kauman Surakarta and the existence up the 1970's, to know the variety of etiket batik dynamic made by batik industrialist in Kauman Surakarta during 1950-1970.

The appear of using batik etiket started from the appear of batik industry in Kauman Surakarta. The increase of kain batik tulis needed cause the wife of abdi dalem pamethakan in Kauman doing the double jobs as creator and batik tulis trader, that start the batik industrialist in Kauman. The chance from batik home industry to industry happen when the batik cap technology appear. In the marketing of batik cap-capan use etiket as trade mark identity. The dynamic of batik etiket in Kauman can be followed from the phonetic of the etiket, so can be classified in to two periods etiket made.

Keywords: Dynamic, label, Kauman Surakarta

A. Etiket Batik sebagai Komunikasi, Estetika dan Ekonomi

Etiket merupakan salah satu dari sekian banyak macam karya desain grafis dua dimensi. Etiket selain berisi informasi produk bagi penggunaannya, juga berfungsi sebagai identitas yang menggambarkan citra produk pada konsumennya. Etiket yang baik mewakili beberapa kriteria, yaitu citra produk, informasi yang jelas difahami oleh konsumen, serta menarik dalam tampilan desain visualnya. Sebuah etiket menjadi media komunikasi yang mengandung nilai estetika dengan pertimbangan nilai ekonomi.

Sebagai sebuah sarana informasi dan promosi produk, etiket perlu dicetak agar tampilannya tampak menarik bagi konsumen. Perkembangan teknologi cetak etiket di Indonesia yang terus berkembang membuat kualitas hasil cetakan etiket menunjukkan peningkatan dari waktu ke waktu. Apabila dirunut ke belakang perkembangan cetak etiket tidak bisa lepas dari kehadiran percetakan di Indonesia, dimana awalnya percetakan tersebut digunakan untuk kepentingan Pemerintah Belanda di Indonesia (Dameria, 2008:10).

Kauman merupakan salah satu daerah di Surakarta yang menghasilkan industri batik sejak sebelum abad ke-20. Sebagai penghasil batik, di kampung Kauman terdapat banyak pengusaha batik. Letak geografis kampung Kauman yang berada di tengah kota membuat akses menuju daerah ini lebih mudah, sehingga memudahkan pembeli batik datang berkunjung. Beragam batik dapat dibeli di Kauman, baik batik tulis maupun cap-capan dengan beragam kualitas sesuai harganya. Produk batik yang dijual di Kauman diberi etiket oleh para pengusaha batik agar mudah dikenali oleh konsumennya.

Sampai dengan kurun waktu sebelum tahun 1980-an sudah banyak etiket yang dibuat oleh pengusaha batik di Kauman sebagai identitas produknya. Etiket-etiket tersebut menempel pada produk batik Kauman dan sudah menyebar ke seluruh pulau di Indonesia. Beragam etiket batik bisa ditemui di Kauman pada masa itu. Berdasar dari sumber lisan, etiket produk batik telah digunakan sejak lama di Kauman, oleh sebab itu perlu diketahui kapan mulai digunakannya etiket tersebut dan mengapa mereka menggunakan beragam etiket. Penelitian ini mengambil waktu periode tahun 1950–1970. Periode tahun 1950 dipilih karena pada masa tersebut telah berdiri organisasi koperasi yang membantu para pengusaha batik. Periode tahun 1970 dipilih karena pada tahun itu telah terjadi banyak perubahan-perubahan, baik di bidang politik, ekonomi, sosial, budaya maupun gaya hidup masyarakat. Persoalan utama yang terdapat dalam penelitian ini ditekankan pada dinamika etiket batik. Etiket batik diletakkan sebagai artefak karya seni, sehingga dalam usaha melacak permasalahan yang terkait dengan dinamika etiket, data dan informasi yang diperlukan difokuskan pada hal tersebut.

Penelitian ini merupakan sebuah studi tentang dinamika yang terjadi melalui pendekatan historis. Perkembangan usaha batik di Kauman sudah muncul sejak sebelum abad 20. Perdagangan batik di Kauman sudah berlangsung mulai awal abad 20. Di dalam periodisasi perdagangan batik di Kauman tersebut terdapat dua periode pembagian, yaitu periode perdagangan batik sebelum kemerdekaan dan periode perdagangan batik setelah kemerdekaan Indonesia.

Untuk membedah munculnya pengaruh dicoba dilihat dari masyarakat dimana etiket tersebut

muncul. Manusia sebagai makhluk sosial, mempunyai kecenderungan untuk lebih senang bergaul dengan kalangan yang sederajat. Pergaulan dengan kalangan yang sederajat dalam intensitas yang besar pada satu lapisan sosial tertentu akan mewujudkan gaya hidup tersendiri, yang berbeda dengan gaya hidup lapisan sosial yang lain. Menurut konsep Djodjodigono, gejala tersebut dapat dikategorikan sebagai masyarakat dalam arti sempit atau disebut juga dengan komunitas. Kesatuan wilayah, kesatuan adat-istiadat, rasa identitas komunitas, dan rasa loyalitas terhadap komunitas sendiri merupakan ciri-ciri komunitas. Dengan kata lain, komunitas adalah kesatuan hidup manusia, yang menempati suatu wilayah yang nyata dan yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat, serta terikat oleh suatu rasa identitas komunitas (Koentjaraningrat, 1990:148). Ciri-ciri komunitas adalah: (1) para warganya dapat saling mengenal dan bergaul secara dekat; (2) terdiri dari kelompok khusus yang tidak beraneka warna; dan oleh karena itu (3) setiap anggotanya dapat menghayati dari segi-segi kehidupan masyarakat secara bulat (Koentjaraningrat, 1977:156).

Pendekatan teori Imitasi dari Gabriel Tarde (Gerungan, 1986:33) digunakan untuk membedah dinamika etiket batik yang dibuat pengusaha batik di Kauman Surakarta. Proses imitasi adalah proses tiru-meniru. Perkembangan proses imitasi dalam masyarakat merupakan hasil rangsangan pikiran. Munculnya ide baru kemudian diimitasi dan disebarkan orang lain ke dalam masyarakat. Penyebaran imitasi ini merupakan suatu proses psikologis yang berlangsung menurut dalil-dalil tertentu. Dalam kehidupan masyarakat ditentukan oleh dua macam kejadian utama. Pertama, munculnya gagasan baru (*inventions*) yang di-

rumuskan oleh individu yang berbakat tinggi. Kedua, gagasan baru tersebut mengalami proses imitasi oleh orang banyak/masyarakat. Gelombang imitasi tersebut dapat menimbulkan gagasan-gagasan baru yang selanjutnya diimitasi dan disebarkan di antara masyarakat lainnya sehingga muncul gagasan yang baru lagi, demikian seterusnya. Masyarakat merupakan kumpulan sekelompok manusia yang berkembang menjadi masyarakat yang sebenarnya, ketika manusia tersebut mulai mengimitasi kegiatan manusia lainnya (*La societe c'est l'imitation*), demikian pula sebaliknya. Sebelum seseorang mengimitasi sesuatu, prosesnya dimulai dari beberapa hal, yaitu: minat perhatian yang cukup besar akan hal yang diimitasi, mengagumi hal-hal yang diimitasi, dan penghargaan sosial yang tinggi di dalam lingkungannya. Dengan cara imitasi, pandangan dan tingkah laku seseorang dalam mewujudkan ide, sikap, adat-istiadat dari keseluruhan kelompok masyarakat dapat lebih melebarkan dan meluaskan hubungannya dengan orang lain.

B. Munculnya Penggunaan Etiket Batik di Kauman Surakarta

1. Usaha Batik di Kauman Surakarta **a. Munculnya Kauman Surakarta**

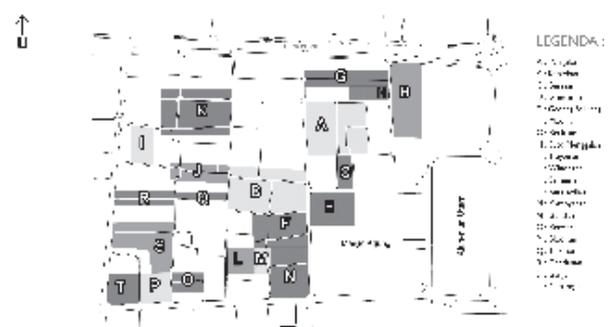
Lahirnya kampung Kauman diawali dengan adanya penempatan *abdi dalem pamethakan* yang bertugas dalam bidang keagamaan dan kemasjidan, yaitu Kanjeng Kyai Pengulu Mohammad Thohar Hadiningrat (Pengulu dalem ing karaton ndalem Surakarta), yang bermukim di sekitar masjid Agung. Tanah yang ditempati adalah pemberian Paku Buwana III yang luasnya sembilan hektar dengan status tanah *angghadhuh* secara turun-temurun. Para *abdi dalem pamethakan* yang terdiri dari pengulu, ketib, gulama, modin,

qoyyim serta merbot mendapat tanah *anggaduh* sesuai dengan jabatannya. Pengulu bertempat tinggal dan berkantor di nDalem Pengulon yang terletak di sebelah utara Masjid Agung Kauman. Para ketib mendapat tanah *anggaduh* di sekitar masjid. Oleh keraton, tanah *anggaduh* yang ditempatinya para *abdi dalem pamethakan* tersebut diberi nama Pakauman, yang artinya tanah tempat tinggal para kaum (Ma'mun Puspongoro, et.al, 2007:5). Di kampung Kauman terdapat beberapa pembagian nama tempat, seperti nama tempat yang berasal dari nama tokoh ulama yaitu Pengulon, Modinan, Tibanoman, Cendanan, Trayeman, Winongan, dan Sememen. Selain berdasarkan nama tokoh ulama, juga ada nama tempat berdasarkan nama *abdi dalem* keraton yang pernah tinggal di daerah tersebut, yaitu: Kartarikan, Kecitran, Suto Menggalan, dan Pringgokusuman. Nama pengusaha batik terkenal juga menjadi dasar dari nama tempat di kampung Kauman, yaitu: Kamitan dan Kambyahan. Selain nama-nama tersebut di atas, juga ada beberapa nama tempat yang didasarkan atas jenis pekerjaan, yaitu: Nggerjen, Blodiran, Kintiran, Baladan, dan Gebangsan. Bentuk fisik dan fungsi bangunan juga menjadi dasar dari pemberian nama suatu tempat, seperti: *gedhang selirang* dan *berasan*. Ada juga nama yang didasarkan atas kebiasaan setempat, yaitu *keplèkan* dan *gontoran*.

Kauman termasuk di dalam wilayah onderdistrik Pasar Kliwon. Wilayah Kauman terletak pada 110° BB, 111° BT dan 7,6° LU dan 8° LS dengan luas kampung kurang lebih 192.00 meter persegi dengan ketinggian + 92° Dpl. Batas wilayah Kauman adalah di sebelah timur berbatasan dengan alun-alun utara; di sebelah barat dibatasi oleh Jalan Nonongan; di sebelah utara dibatasi Jalan Wilhemina/Jalan Purwosari Wég; dan di

sebelah selatan berbatasan dengan Keraton Kasunanan Surakarta (Himawan Prasetyo, 2001).

Masyarakat Kauman termasuk dalam kategori komunitas (Koentjaraningrat, 1977:156). Komunitas masyarakat Kauman tersebut terbentuk akibat adanya endogami (Koentjaraningrat, 1977:91). Pernikahan antar-warga sekampung itu kemudian membentuk sebuah ikatan keluarga. Keluarga-keluarga tersebut dianjurkan untuk tidak keluar dari Kauman dan tetap berdomisili di situ dengan tujuan agar status mereka tetap terpelihara dan terjaga. Ikatan keluarga-ikatan keluarga ini pada akhirnya berkembang menjadi penduduk yang mendiami wilayah Kauman. Adanya endogami tersebut membuat warga Kauman satu sama lain menjadi masyarakat yang mempunyai hubungan pertalian darah



Gambar 1. Peta nama wilayah di Kauman Surakarta. (Sumber: Buku Kauman; Religi, Tradisi & Seni, 2006).

b. Perkembangan Usaha Batik di Kauman

Pada mulanya masyarakat Kauman hanya menggantungkan hidupnya dari jabatan sebagai *abdi dalem* keraton dengan istri mereka bekerja sambil membatik tulis di rumah (Darban, 2000:20). Ketika Keraton Surakarta semakin berkembang, bertambah pula kebutuhan keraton akan pemakaian kain batik. Para *abdi dalem* atau para bangsawan terpaksa harus membuat sendiri kain batiknya. Keadaan ini membuat keluarga

para *abdi dalem* tersebut, istri atau anak perempuanannya, belajar membatik untuk memenuhi kebutuhan ayah atau suaminya. Dari sinilah awal munculnya industri rumahan batik tulis dengan wanita sebagai pekerjanya (Emde, 1957:7). Mereka melakukan kerja rangkap sebagai pembuat sekaligus pedagang batik tulis. Aktivitas kerja rangkap ini dapat menaikkan taraf hidup dan perekonomian masyarakat Kauman. Beberapa *abdi dalem* yang beristrikan pengusaha batik di Kauman adalah Ketib Anom (R.Ng. Jogodipura), Ketib Arum (R.Ng. Pringgokusuma), Ketib Trayem (R.Ng. Sontodipura), serta Ketib Iman (R.Ng. Wongsodipura) (Ma'mun Puspongoro, et. al., 2007:53).

Kampung Kauman menjadi pusat pembatikan yang tertua di Surakarta, yang kemudian berkembang menjadi pusat penjualan batik pada tahun 1930-an sampai menjelang Perang Dunia II (Sariyatun, 2001:67). Meningkatnya permintaan akan kain batik berpengaruh banyak terhadap perekonomian masyarakat Kauman. Banyaknya batik yang dihasilkan menyebabkan bermunculannya pedagang dan pengusaha batik di Kauman, sehingga mayoritas penduduk Kauman pada tahun 1937 adalah pedagang. Meski demikian tidak dapat dikatakan bahwa semua keluarga di Kauman adalah pedagang. Banyak dari mereka yang bekerja sebagai guru, pegawai, wiraswasta, dan lainnya (Wulandari, 1989:48).

Ketika Jepang menguasai Indonesia (1942–1945) membawa pengaruh pula terhadap eksistensi para pengusaha batik di Kauman. Banyak para pengusaha batik di Kauman yang menutup usaha batiknya, baik di rumah maupun di toko-toko sepanjang Jalan Nonongan, karena takut akan disita oleh tentara Jepang (Taslim, 2009).

Dua setengah tahun setelah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia, tepatnya pada

tanggal 1 Januari 1948, para pengusaha batik pribumi berkumpul di gedung bioskop Sriwedari Surakarta dan sepakat untuk menghidupkan kembali Koperasi PPBBS yang dibekukan Jepang. Mereka sepakat mengganti nama PPBBS menjadi Batari (Batik Timur Asli Republik Indonesia) (Soekarno, 1956:7). Pada masa itu, banyak pengusaha batik di Kauman yang menjadi anggota Koperasi Batari karena kemudahan fasilitas memperoleh jatah kain mori sebagai bahan baku batik. Dari data akhir tahun 1954, tercatat sekitar 65 pengusaha batik di Kauman yang menjadi anggota Koperasi Batari (*Batari*, 1956:19–30). Pada tahun 1962 Koperasi Batari pecah menjadi 10 koperasi primer; tiga koperasi berada di Solo, dan tujuh koperasi berada di luar Solo (Pengurus Gabungan Koperasi Batik Indonesia, 1968:478) namun para pengusaha batik di Kauman masih tetap tergabung sebagai anggota Koperasi Batari.

Pemasaran batik produksi Kauman, baik sebelum maupun setelah menjadi anggota koperasi, sudah menyebar ke kota-kota di Indonesia. Pemasaran batik di dalam kota dengan cara diambil oleh para pedagang Pasar Klewer pada pagi hari. Pengiriman batik ke kota-kota di luar Surakarta dilakukan dengan diantar sendiri oleh para pengusaha batik menggunakan kereta api atau kapal. Untuk wilayah pemasaran batik, jumlah paling banyak masih tetap di dalam wilayah Pulau Jawa. Pemasaran di luar Jawa di antaranya Sumatra, Kalimantan, dan beberapa pulau di wilayah Indonesia timur (Zuharoh Mustangidi, Rofiah Amin Romas, Solekhan, Koesno, wawancara 2010).

Gejolak suhu politik Indonesia periode 1960-an di berbagai tempat dan masuknya modal asing di periode 1970-an mengakibatkan penurunan produksi batik di Kauman. Para pengusaha batik

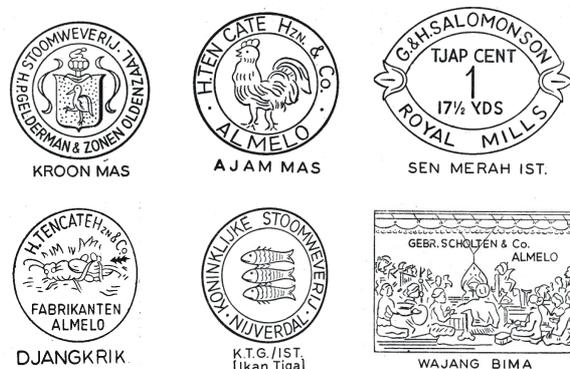
mengalami kesulitan untuk meningkatkan investasi karena sulit memperoleh pinjaman modal dari bank. Banyak pengusaha batik di Kauman yang mengurangi produksi batiknya, terutama batik cap, karena biaya produksi yang tinggi. Pembelian bahan-bahan batik tidak bisa dilakukan dengan sistem bon melainkan harus dibayar tunai. Dengan sistem seperti itu, hanya pengusaha yang bermodal besar saja yang dapat membelinya. Beberapa pengusaha batik di Kauman bertahan tetap memproduksi batik untuk melayani pesanan, namun hanya terbatas pada batik tulis. Beberapa pengusaha batik lainnya berganti haluan usaha. Munculnya pengusaha besar yang memproduksi batik printing yang proses pembuatannya menggunakan mesin sablon di awal 1980-an semakin memperkecil pasar pembeli batik cap dan tulis, karena harga yang lebih murah dan pilihan motif yang lebih beragam.

2. Munculnya Etiket Batik di Kauman Surakarta

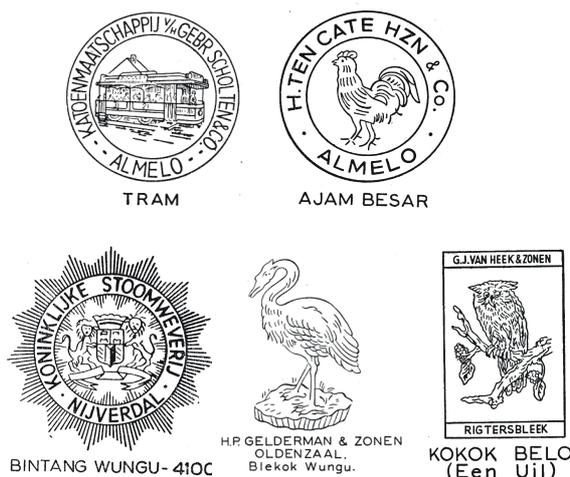
a. Awal Mula Pengaruh Etiket

Pada tahun 1830-an di Negeri Belanda telah berdiri pabrik-pabrik tenun mesin yang memproduksi kain mori. Di antaranya di Twente, yaitu daerah kawasan timur Belanda. Kain mori tersebut di antaranya diekspor ke Jawa. Itu berlangsung sampai dengan pecah Perang Dunia I. Beberapa etiket atau cap kain mori produksi Twente yang terkenal dan digunakan oleh para pembatik adalah cap Sen dan cap Leo (Veldhuisen, 2007:36). Mori buatan Twente Belanda yang disukai oleh para pembatik/pengusaha batik adalah jenis Primissima yang digunakan untuk batik tulis. Selain kedua cap tersebut, juga beredar di pasaran cap-cap untuk kain katun dari Twente, seperti Bintang Wungu, Van Heek II, Kroon Merah/

Biru, Tiga Ikan, Cambrics Primis Cent Merahru, Djangkrik, dan Cent Biru (Majalah Batik, 1956).

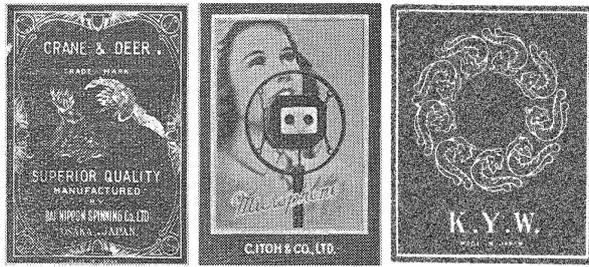


Gambar 2. Etiket cap kain mori Prima produksi Twente - Belanda untuk batik tulis. (Memindai majalah *Batik* No. 3, Tahun IV, Agustus 1956, 2010)



Gambar 3. Etiket cap kain mori Biru produksi Twente - Belanda untuk batik cap-capan. (Memindai majalah *Batik* No. 9, Tahun IV, Agustus 1956, 2010)

Setelah Perang Dunia I berakhir sekitar tahun 1927, Jepang mengeksport kain mori ke Indonesia untuk memenuhi kebutuhan pembatikan di Indonesia. Dengan harga yang lebih murah dan kualitas kain yang tidak mengecewakan, mengakibatkan jumlah mori buatan Jepang lebih disukai daripada mori buatan Belanda. Mori-mori buatan Jepang yang disukai oleh para pembatik/pengusaha batik adalah jenis Prima dan Biru yang digunakan untuk batik cap-capan (Majalah Batik, 1956).



Gambar 4. Beberapa Etiket cap kain mori produksi Jepang untuk batik. (Memindai majalah Batik No. 1, Tahun IV, Juni 1956, 2010)

Mori buatan Jepang juga mempunyai beragam cap, antara lain Pintu Gerbang Emas, Naga Bulan, Bintang Lima, Berlian, Dua Burung Mas, Berlian, Rangkok, Naga Bulan, Piring, Microphone, Lion, Crane & Deer, Naga Sembilan, Indian Beauty, dan sebagainya.

Berbagai merek kain mori buatan Belanda dan Jepang yang beredar di Indonesia dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel: 1. Berbagai merek *cambrics* di Jawa

Merek/ Cap	Asal
Cambrics Bana Payong Merah	Jepang
Cambrics Medium	Jepang
Palu Biru	Jepang
Bonak Biru	Jepang
Bintang Wungu	Belanda
Van Heck II	Belanda
Cambrics Prima Radja Wolanda	Jepang
Bunung Biru	Jepang
Kroon Merah/Biru	Belanda
Tiga Ikan	Belanda
Cambrics Primissima Cent Merakur	Belanda
Djanglrik	Belanda
Cent. Biru	Belanda

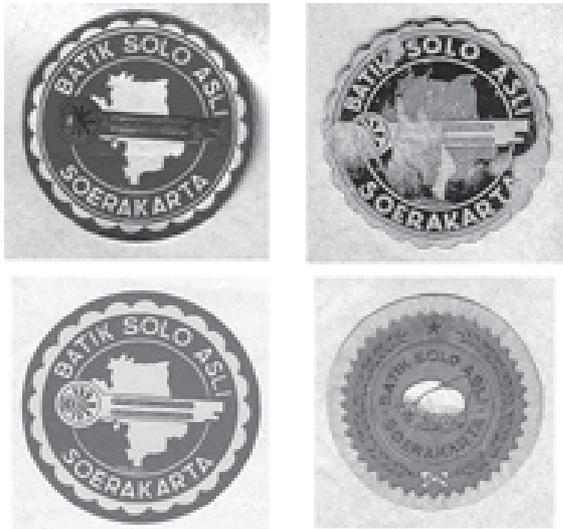
Sumber: Usaha Batik Masyarakat Cina di Surakarta tahun 1900–1930, hlm. 90.

b. Dinamika Etiket Batik di Kauman

Etiket-etiket batik di Kauman yang ditemukan secara garis besar dapat digolongkan menjadi dua periode, yaitu etiket-etiket yang dibuat sebelum tahun 1947, dan etiket-etiket yang dibuat setelah tahun 1947.

1) Etiket-etiket yang dibuat sebelum tahun 1947

Setelah Perang Dunia I berakhir, pada 1930-an terjadi resesi ekonomi dunia. Masa-masa itu merupakan masa-masa sulit bagi pengusaha batik. Kerajinan batik di Surakarta mengalami kesulitan, karena rendahnya daya beli penduduk dan tingginya persaingan dengan pusat batik lainnya, sehingga penjualan batik mengalami penurunan (Sariyatun, 2001:77). Hal ini terus berlanjut sampai dengan masa pendudukan Jepang di Indonesia. Tidak banyak pengusaha batik yang berani membuka usaha atau memperlihatkan usahanya karena takut disita tentara Jepang. Perdagangan batik mati suri, banyak pengusaha batik yang menghentikan produksinya (Ma'mun Pusponegoro, et al., 2007:80). Beberapa etiket batik yang berhasil ditemukan pada masa tersebut adalah etiket batik milik H. Mohammad Bilal (Romas, wawancara 2009) yang ditandai dengan gambar kunci dan telur, serta penulisannya menggunakan ejaan van Ophuijsen .



Gambar 5. Etiket batik cap-capan milik pengusaha batik H. Mohammad Bilal yang sudah ada sebelum tahun 1947. Ciri-cirinya adalah penggunaan ejaan bahasa Melayu dengan huruf Latin yang disebut Ejaan van Ophuijsen pada huruf "u" ditulis dengan "oe". (Foto memindai dari koleksi Gunawan Setiawan, 2009).

2) Etiket-etiket yang dibuat setelah tahun 1947

Koperasi Batari (Batik Timur Asli Republik Indonesia) lahir di Surakarta pada tahun 1948 merupakan upaya untuk memperkuat eksistensi industri batik milik pribumi di Indonesia. Hal ini juga ditunjang peran serta pemerintah pada saat itu. Pada periode 1950-an industri batik di Kauman mengalami masa kejayaan karena bantuan perlindungan dari pemerintah terhadap industri kecil tersebut. Dengan jumlah sekitar 65 pengusaha yang menjadi anggota Koperasi Batari, diduga banyak memunculkan etiket batik yang digunakan para pengusaha batik di Kauman (Romas, wawancara 2009).

Mereka terdiri dari *batikhandel* dan *batikkerij*. Para *batikkerij* inilah yang membuat etiket untuk batik cap-capan yang diproduksi. Di antaranya adalah etiket yang dibuat oleh *batikkerij-batikkerij* seperti Billal, Mustangidi, Mohammad Asngad, dan

Moefctie. Billal dan Mustangidi menggunakan etiketnya untuk produk batik cap-capan (Zuharoh Mustangidi, Rofiah Amin Romas, Solekhan, 2009), sedangkan Mohammad Asngad dan Moefctie menggunakannya baik untuk produk batik cap-capan maupun batik tulis (Gunawan Setiawan, Kunniyah Moefctie, 2009). Hal yang membedakan etiket pada periode ini adalah mulai digunakannya ejaan Soewandi pada penulisan ejaan di etiketnya.

a) Etiket Batik Cap-capan

Produk batik cap-capan kesemuanya menggunakan etiket sebagai identitas produk. Hampir semua pengusaha batik di Kauman yang memproduksi batik cap-capan menggunakan etiket sebagai identitasnya. Bahkan seorang pengusaha dapat menggunakan beberapa etiket untuk menandai produk batiknya (Zuharoh Mustangidi, Rofiah Amin Romas, wawancara 2009).



Gambar 6. Etiket batik cap-capan milik pengusaha batik H. Mohammad Bilal yang dibuat setelah tahun 1947. Pada etiket Naga tertulis angka tahun pembuatannya, 1954. (Foto memindai dari koleksi Gunawan Setiawan, 2009).

Untuk batik cap-capan identitas yang tertulis pada etiket adalah "Batik Solo Asli". Namun ada juga yang pada etiketnya tertulis "Batik Tulis Asli" - Soga Jawa, Soga Genes, Babaran Genes dan sebagainya. Biasanya etiket yang terdapat tulisan tersebut adalah etiket untuk produk batik cap-capan namun menggunakan pewarna soga alam (Gunawan Setiawan, wawancara 2009), bukan pewarna buatan.



Gambar 7. Etiket batik cap-capan milik pengusaha batik H. Mohammad Asngad yang dibuat setelah tahun 1947. Ciri-cirinya adalah penggunaan ejaan Soewandi pada huruf "oe" sudah ditulis dengan "u". (Foto memindai dari koleksi Gunawan Setiawan, 2009).



Gambar 8. Etiket batik cap-capan milik pengusaha batik H. Mustangidi yang dibuat setelah tahun 1947. (Foto memindai dari koleksi Gunawan Setiawan, 2009).



Gambar 9. Etiket batik cap-capan milik pengusaha batik H. Moefti yang dibuat setelah tahun 1947. (Foto memindai dari koleksi Gunawan Setiawan, 2009).

b) Etiket Batik Tulis

Produk batik tulis tidak semuanya menggunakan etiket untuk identitas produk. Beberapa pengusaha batik di Kauman, seperti Billal, Mustangidi, Munawir Sutanto, lebih memilih menggunakan stempel (Munawir Sutanto, Kusuma Retnowati: 2010) atau *sèrèt* (Rofiah Amin Romas, Zuharoh Mustangidi, Subono, wawancara 2009) sebagai identitas produk batik tulis. Mereka mempunyai pertimbangan apabila menggunakan etiket akan mudah dipalsu oleh pesaing (Zuharoh Mustangidi, wawancara 2009).



Gambar 10. Merek batik tulis milik pengusaha batik H. Munawir Sutanto berupa stempel yang dibuat setelah tahun 1947. (Foto : Hermansyah Muttaqin, 2009).

Namun ada juga beberapa pengusaha batik di Kauman (Asngad, Moeftie, Taslim, A. Masduki, A.

Ali Atmojo, Kusumo Atmojo, Badriyah Sudiro Atmojo, Mustaqim) yang menggunakan etiket untuk produk batik tulis mereka. Biasanya untuk menandai produk batik tulisnya, pada etiketnya diberi tulisan "Batik Halus" atau "Batik Tulis Halus" (Kusuma Retnowati, wawancara 2010).



Gambar 11. Etiket batik tulis milik pengusaha batik H. Mohammad Asngad yang dibuat setelah tahun 1947. Ciri-cirinya adalah penggunaan ejaan Soewandi pada huruf "oe" sudah ditulis dengan "u". (Foto memindai dari koleksi Gunawan Setiawan, 2009).

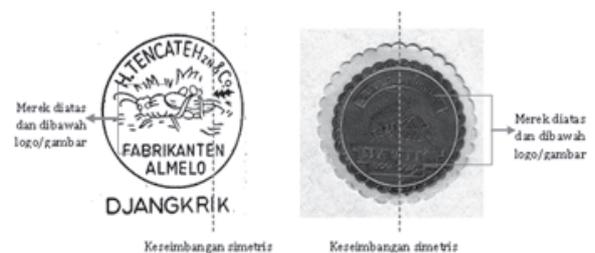


Gambar 12. Etiket batik tulis milik pengusaha batik H. Moefiti yang dibuat setelah tahun 1947. (Foto memindai dari koleksi Gunawan Setiawan, 2009).

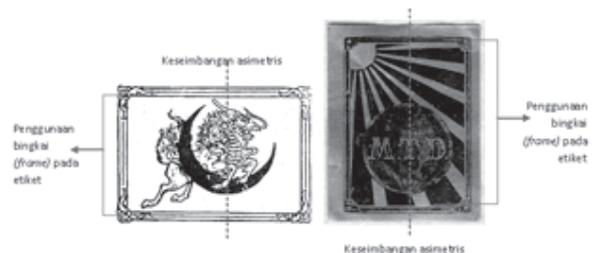
c. Pengaruh Etiket Kain Mori Impor pada Etiket Batik

Mori-mori Primissima buatan Twente Belanda serta mori-mori Prima dan Biru buatan Jepang tersebut ditemplei etiket dengan beragam cap (merek) yang tersebut dalam tabel diatas. Secara tampilan visual, diduga etiket kain mori (*cambric*) impor tersebut mengilhami para pengusaha batik di

Kauman dalam membuat etiket untuk produk batik yang dibuatnya. Hal itu dapat dilihat pada tata letak desain etiket batik yang mirip dengan tata letak desain etiket kain mori impor, yaitu penempatan gambar di tengah-tengah bidang serta tulisan pada etiket yang terletak di atas dan bawah gambar yang simetris (etiket kain mori Belanda) dan penggunaan bingkai dengan tata letak asimetris (etiket kain mori Jepang). Pengaruh Hollandsch denken en Hollandsch inzicht masih mendominasi karya-karya desain grafis di Indonesia hingga kurun waktu tahun 1950–1966 (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia, 2007:88).



Gambar 13. Pengaruh Etiket Kain Mori Impor Belanda (kiri) pada Etiket Batik di Kauman (kanan).



Gambar 14. Pengaruh Etiket Kain Mori Impor dari Jepang (kiri) pada Etiket Batik di Kauman (kanan).

C. Perancangan Desain Etiket

1. Proses Perancangan Desain Etiket

Perancangan tampilan visual etiket batik di Kauman dibuat oleh pengusaha batik itu sendiri. Hal ini dilakukan selain karena belum adanya profesi atau biro jasa tersebut, juga karena para pengusaha batik tersebut mempunyai

kemampuan otodidak menggambar, terutama menggambar pola batik. Dengan demikian rancangan tampilan visual etiket dibuat sendiri, kemudian proses cetaknya diserahkan ke percetakan (Rofiah Amien Romas, Koesno, Kusuma Retnowati, wawancara 2010).

Tidak semua pengusaha batik melakukan hal yang sama dalam perancangan etiket batiknya. Ada juga pengusaha batik yang menyerahkan perancangan etiketnya kepada percetakan yang mencetak etiket tersebut. Bahkan ada juga percetakan yang tidak hanya mencetak etiket tetapi juga menguruskan nomor pendaftaran (*gedeponeerd*) hak paten merek tersebut ke Kantor Pendaftaran Merk Dagang (Hasan Baradja, wawancara 2010).

2. Pendaftaran Merek Etiket

Meskipun para pengusaha batik belum tumbuh kesadaran secara luas untuk mematenkan produknya, tetapi ada beberapa pengusaha batik sudah melakukan pendaftaran merek dagang produknya. Mereka mematenkan merek dagangnya melalui jasa percetakan. Ketika memesan etiket produknya pada percetakan, sekaligus meminta agar pihak percetakan mengurus pendaftaran merek dagang produknya ke Kantor Pendaftaran Merk Dagang.

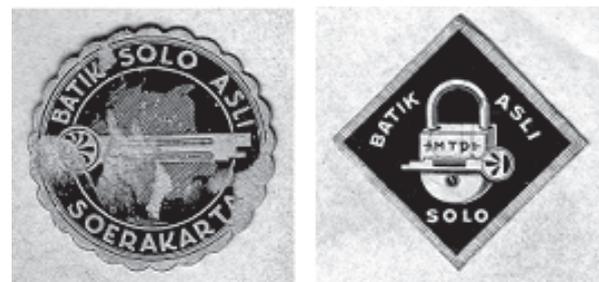
Setelah memperoleh nomor pendaftaran/*gedeponeered* (GDP) dari Kantor Pendaftaran Merk Dagang, pihak percetakan menerbitkan etiket pesanan tersebut yang telah disertai dengan nomor *gedeponeered*. Dengan cara seperti ini, suatu produk terhindar dari usaha peniruan karena dilindungi oleh hukum.

Banyak pengusaha batik yang tidak mendaftarkan merek pada etiketnya. Para pengusaha batik tersebut enggan mendaftarkan karena tidak

adanya sanksi pidana terhadap pelanggaran merek, atau hanya dianggap sebagai masalah administrasi. Dampaknya, tiru-meniru merek sering terjadi, terutama dalam lingkungan terdekat, seperti keluarga, saudara, ataupun tetangga. Apalagi hubungan sesama pengusaha batik di Kauman masih terjalin dalam ikatan keluarga atau hubungan saudara dekat sehingga masih terbawa perasaan sungkan (*pekéwuh*) ketika harus berurusan dengan keluarga sendiri.



Gambar 15. Etiket batik cap-capan dan batik tulis yang dibuat periode 1950 s.d. 1960-an, yang sudah mendapatkan nomor pendaftaran/*gedeponeered* (GDP) dari kantor pendaftaran merek dagang. (Foto memindai dari koleksi Gunawan Setiawan, 2009).

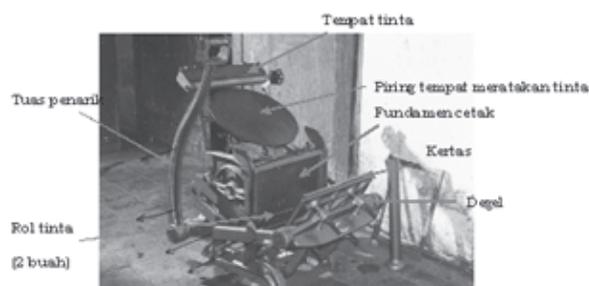


Gambar 16. Merek batik cap-capan yang mempunyai kemiripan karena hubungan keluarga. Gambar kiri etiket merek Kunci milik H. Billal (ayah), dan gambar kanan etiket merek Kunci milik Zuharoh Mustangidi (anak pertama). (Foto memindai dari koleksi Gunawan Setiawan, 2009).

3. Percetakan dan Teknik Cetak Etiket Batik

Banyak percetakan di Surakarta muncul kemudian pada awal ke-20. Walaupun sama-sama bergerak di bidang percetakan, namun

mesin yang digunakan berbeda tergantung kebutuhannya. Ada beberapa percetakan yang hanya mencetak buku-buku atau surat kabar saja. Percetakan seperti ini menggunakan mesin cetak yang berukuran lebih besar. Percetakan yang melayani jasa cetak etiket menggunakan mesin cetak yang ukurannya lebih kecil dibanding mesin cetak surat kabar. Beberapa percetakan di Surakarta pada kurun waktu sampai dengan tahun 1970-an yang digunakan untuk mencetak etiket antara lain: (1) Percetakan Lie Kam Hong (Kusuma Retnowati, wawancara 2010) dan percetakan Populer (Afrotsin, wawancara 2009) di Kauman, (2) Percetakan Surya di Pasar Kliwon (Koesno, wawancara 2010), (3) Percetakan Prasojo di Balapan (Hasan Baradja, 2010), serta (4) Percetakan Fajar di Kebonan Sriwedari (Sakdani, wawancara 2010). Proses produksinya menggunakan mesin *handpress* dengan teknik cetak *letterpress*. Hingga kurun waktu tahun 1970-an sebuah percetakan di Solo rata-rata mempunyai mesin *handpress* sekitar lima sampai dengan sepuluh unit (Sakdani, wawancara 2010).



Gambar 17. Alat cetak berupa mesin *handpress* milik dan produksi Percetakan Surya. (Foto memindai koleksi keluarga Bambang Lukito, 2010)

4. Biaya Produksi Cetak Etiket

Sebuah etiket menghabiskan biaya cetak yang berbeda-beda satu sama lain, tergantung jumlah warna yang dibutuhkan. Percetakan Lie Kam Hong di Kauman menghitung biaya produksi cetak

etiket dari jumlah klise yang dibutuhkan, berapa macam tinta warna yang digunakan, dan ongkos pekerja/tukang. Tinta warna yang digunakan adalah produksi dari Nippon Paint Jepang, dengan harga tinta paling mahal adalah warna biru dan kuning. Ongkos tukang dihitung secara harian.

Jumlah minimal pesanan dihitung 100 lembar/etiket. Apabila jumlah pesanan kurang dari jumlah tersebut, tetap dihitung sejumlah 100 lembar. Hal ini agar nilai ekonomisnya dapat sebanding antara tinta dan kertas yang digunakan untuk pencetakannya sehingga tidak mengalami kerugian. Proses pengemasan etiket ketika sudah selesai cetak dihitung per 100 lembar. Pengemasannya menggunakan kertas yang mempunyai semacam lapisan lilin, sehingga terasa licin apabila diraba, untuk melindungi etiket dari kotoran debu atau minyak.

Lama waktu pengerjaan etiket berkisar antara lima hari. Percetakan Lie Kam Hong menerapkan peraturan untuk pesanan yang tidak bisa ditepati waktu penyelesaiannya oleh pihak percetakan, pemesan hanya membayar 90% dari harga yang ditetapkan. Atau dengan kata lain percetakan terkena potongan 10% sehingga dapat dikatakan merugi. Namun kebalikannya apabila sebelum jadwal yang disepakati percetakan sudah dapat menyelesaikan pesannya, pihak percetakan mendapat keuntungan tambahan 10% dari biaya yang ditetapkan. Dengan peraturan tersebut, pihak percetakan berusaha untuk selalu menepati pesannya sehingga mereka tidak mengalami kerugian.

5. Pembuatan *Master Design*

Desain etiket meskipun sudah dibuat sendiri oleh masing-masing pengusaha batik, tetapi untuk keperluan pembuatan klise tetap harus digambar

ulang oleh pihak percetakan. Hasil gambar tersebut dinamakan master. Hal ini juga dilakukan oleh percetakan Lie Kam Hong. Urutan proses dari menggambar, mengatur tataletak hingga pewarnaan ditangani sendiri oleh Lie Ie En, pembuat sekaligus pemilik percetakan.

Apabila desain etiket belum dibuat oleh pemilik/pengusaha batik, Lie Ie En akan membuat desain gambarnya terlebih dahulu berdasarkan permintaan keinginan dari pengusaha batik. Tahapan pengerjaannya adalah sebagai berikut:

- a. Lie Ie En menunjukkan beberapa contoh gambar referensi untuk desain etiketnya kepada pemesan.
- b. Setelah proses pemilihan gambar selesai, mulai dibuat sket desain (*rough design*) dengan menggunakan pensil terlebih dahulu.
- c. Selesai proses sket dengan pensil, tahap selanjutnya adalah proses penintaan dengan menggunakan tinta *mbag*.
- d. Begitu tinta *mbag* sudah mengering, proses bisa dilanjutkan dengan pewarnaan desain menggunakan pensil warna.
- e. Proses pewarnaan (*comprehensive design*) ini merupakan tahap awal untuk persiapan membuat *master design*. Sebelum dibuat *master design*, terlebih dahulu hasil pewarnaan tersebut diperlihatkan kepada pemesan apakah sudah sesuai dengan desain yang diinginkan.
- f. Apabila sudah disetujui oleh pemesan, desain dipindah ke kertas kalkir dengan cara digambar ulang (*tracing*) mengikuti pola tinta *mbag* pada gambar.
- g. Pemandahan gambar keatas kertas kalkir dibuat sesuai dengan jumlah warna yang dibutuhkan. Proses ini dinamakan pisah warna. Apabila hanya satu warna, berarti hanya satu kalkir; dua warna menggunakan dua kalkir;

tiga warna menggunakan tiga kalkir; demikian seterusnya. Biasanya pengusaha batik lokal (Solo dan sekitarnya) maksimal menggunakan dua sampai tiga warna. Dua warna yaitu warna kertas emas dicetak dengan warna merah atau hijau; jika tiga warna maka biru, merah atau jingga, serta hitam. Setelah proses pemisahan warna pada kalkir selesai, barulah dilanjutkan untuk proses pembuatan klise cetak. Untuk teknik cetak etiket menggunakan dua cara, yaitu cetak sablon (*screen printing*) dan cetak tinggi (*letterpress*).

6. Pembuatan Klise Etiket

Dalam mencetak dengan *letterpress* digunakan acuan yang disebut dengan klise (*cliche*). Proses pembuatan klise untuk cetak tinggi menggunakan bahan karet yang bernama *nyloprint*. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah memindahkan *master design* ke bahan *nyloprint*. Gambar *master design* dari kalkir digambar ulang ke bahan *nyloprint* dengan menggunakan kertas karbon dengan posisi terbalik dari sisi belakang kertas kalkir. Gambar dari kalkir yang dipindah ke bahan *nyloprint* sesuai dengan kebutuhan warna yang akan dicetak pada etiket nantinya.

Setelah terbentuk pola gambarnya, mulailah proses mencukil permukaan *nyloprint* dengan menggunakan pisau ukir khusus dengan berbagai ukuran sesuai kebutuhan. Mata pisau cukil berukuran kecil digunakan untuk membuat cukilan detail gambar, sedangkan mata pisau berukuran besar digunakan untuk membuat cukilan gambar yang lebih besar.

Untuk mendapat hasil ketepatan yang bagus, begitu proses pencukilan gambar selesai dilakukan proses pemasakan *nyloprint*. Karet *nyloprint* di pres dengan proses pemanasan hingga mencapai suhu

60° C. Setelah proses pemanasan selesai, dilakukan proses pendinginan. Begitu proses pendinginan selesai, ditunggu kira-kira beberapa menit barulah *nyloprint* tersebut ditempelkan pada media kayu dengan lem khusus yang dapat menempel kuat pada kayu.

Biasanya para pengusaha batik menggunakan maksimal dua sampai tiga warna untuk cetak etiketnya. Dua warna yaitu merah atau hijau dicetak di kertas warna emas; atau tiga warna yaitu biru, merah atau jingga, serta hitam dicetak di kertas putih. Dua warna berarti warna muda (*isen*) dan warna tua (*pinggiran*). Tiga warna berarti warna muda (*isèn*), warna tengah (*dhasaran*), warna tua (*pinggiran*). Proses penintaan warna mirip seperti proses pewarnaan pada batik.

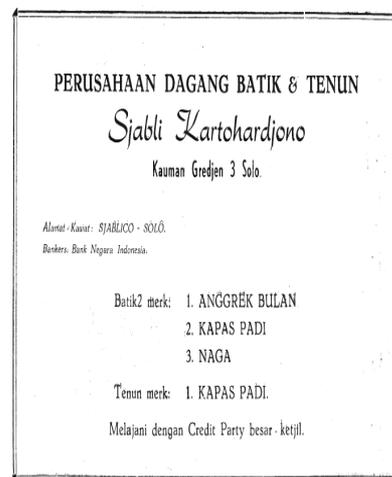
D. Media Promosi Etiket Batik

Sebagai sarana komunikasi, setiap media mempunyai kekuatan dan kelemahan masing-masing. Pemilihan media sebagai sarana komunikasi dan informasi bagi anggota Koperasi Batari saat itu masih terbatas pada salah satu media cetak, yaitu majalah. Majalah *Batari* menjadi satu-satunya media resmi (Soekarno, 1956:7) yang memuat informasi bagi sesama anggota koperasi.



Gambar 18. Etiket dari Pengusaha Batik Anggota dan Langgan Koperasi Batari di Surakarta. (Memindai dari majalah *Batari* No. 5 Th. I, Februari 1956).

Penerbitan majalah *Batari* termasuk dalam bidang penerangan bagi anggota dan masyarakat di daerah kerjanya. Majalah *Batari* berhenti terbit setelah pecahnya Koperasi Batari tahun 1962 (Pengurus Gabungan Koperasi Batik Indonesia, 1968: 165). Penerbitan majalah *Batari* termasuk dalam bidang penerangan bagi anggota dan masyarakat di daerah kerjanya. Majalah *Batari* berhenti terbit setelah pecahnya Koperasi Batari tahun 1962 (Pengurus Gabungan Koperasi Batik Indonesia, 1968:165).



Gambar 19. Iklan Perusahaan Dagang Batik & Tenun Sjabli Kartohardjono, beralamat di Kauman, yang termuat pada majalah *Batari* No. 5 Tahun 1, Januari 1956, hlm. 32. (Gambar memindai dari majalah *Batari*, ke-2010).

E. Simpulan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa awal kemunculan usaha batik di Kauman Surakarta disebabkan karena meningkatnya kebutuhan akan kain batik tulis sehingga menumbuhkan iklim wirausaha di kalangan istri *abdi dalem pamethakan*. Aktivitas wirausaha ini dapat menaikkan taraf hidup dan perekonomian masyarakat sehingga muncullah para pengusaha batik tulis di Kauman. Adanya inovasi dalam teknik membatik dengan

cap-capan mendorong timbulnya industri batik sehingga kampung Kauman menjadi pusat pembatikan tertua di Surakarta. Perkembangan usaha batik setelah Kemerdekaan Indonesia dengan lahirnya kembali koperasi batik mencatat pada periode 1950-an merupakan masa keemasan batik. Namun pada periode 1960-an hingga periode 1970-an kondisi mulai menunjukkan tanda-tanda menyurut hingga akhirnya mati suri.

Dinamika etiket batik yang dibuat pengusaha batik di Kauman Surakarta dari tahun 1950 s.d. 1970 awal kemunculannya diduga mengadopsi dari etiket kain mori (*cambric*) impor yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan batik. Dari beragam etiket kain mori impor tersebut kemudian diadopsi para pengusaha batik untuk penggunaan etiket pada batik produksinya. Etiket batik yang ditemukan di Kauman dapat dibedakan menjadi dua periode, yaitu periode sebelum tahun 1947 dan periode setelah tahun 1947.

Tidak semua produk batik menggunakan etiket. Hanya batik cap-capan yang menggunakan etiket sebagai identitas produknya, sedangkan batik tulis lebih memilih menggunakan *sèrèt* sebagai identitas produk batik tulis. Peniruan etiket merek sering terjadi antar lingkungan terdekat; keluarga, saudara maupun tetangga. Salah satu percetakan di Surakarta pada kurun waktu sampai dengan tahun 1970-an yang digunakan untuk mencetak etiket milik pengusaha batik di Kauman adalah Percetakan Lie Kam Hong.

KEPUSTAKAAN

- Adnan, Basit. *Sejarah Masjid Agung dan Gamelan Sekaten di Surakarta*. Surakarta: Yayasan Mardikintoko, 1996.
- Gerungan, W.A. *Psikologi Sosial*. Bandung: Eresco, 1986.
- Koentjaraningrat. *Beberapa Pokok Antropologi Sosial*. Jakarta: PT Dian Rakyat, 1977.
- Pengurus Gabungan Koperasi Batik Indonesia. *20 Tahun GKBI, 18 September 1948–1968*. Jakarta: Koperasi Pusat GKBI. 1968.
- Pusponegoro, Ma'mun, et.al. *Kauman: Religi, Tradisi, dan Seni*. Surakarta: Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman. 2007.
- Sariyatun. *Usaha Batik Masyarakat Cina di Surakarta Tahun 1900–1930*. Surakarta: UNS Press. 2001.
- Scheder, Georg. *Perihal Cetak Mencetak*. Yogyakarta: Kanisius. 1977.
- Sony Kartika, Dharsono. *Pengantar Estetika*. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains. 2004.
- Sutopo, H.B. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press. 2006.
- Veldhuisen, Harmen C. *Batik Belanda 1840–1940: Pengaruh Belanda pada Batik dari Jawa, Sejarah dan Kisah-kisah di Sekitarnya*. Jakarta: Gaya Favorit Press, 2007.