



INSPIRASI *HYPERNATURE* PADA BATIK TULIS CIWARINGIN CIREBON UNTUK DESAIN *HOME DÉCOR*

John Martono¹, Eka Arifianty Puspita^{2*}

*Program Studi Kriya Tekstil Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Teknologi Bandung
Jl. Ganesha 10 Bandung, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Kode Pos 40132
Jawa Barat, Indonesia
Email: ekaapuspita@gmail.com*

Abstrak

Budaya batik kini berhasil menjadi satu penggerak ekonomi kreatif hingga membuka peluang ketenagakerjaan di beragam wilayah Indonesia. Namun maraknya perkembangan batik, tidak lantas menjanjikan kesuksesan seluruh pelaku usaha batik untuk mampu berkelanjutan. Sebagai contoh adalah sentra industri batik nasional, yaitu kota Cirebon. Hingga kini budaya pembatikan di Cirebon identik dengan sentra yang berlokasi di Desa Trusmi. Namun kota Cirebon pun memiliki beragam wilayah lainnya yang aktif menghasilkan batik, seperti Desa Ciwaringin. Berbeda dengan Desa Trusmi yang populer, industri batik Desa Ciwaringin cenderung meredup. Ciri khas batik tulis yang mengandalkan keahlian tangan para pengrajin batik digadang menjadi kendala dalam merespon tren dan permintaan konsumen. Menanggapi hal tersebut, penelitian ini bertujuan menggali potensi rancangan alternatif untuk pengembangan batik Ciwaringin, yaitu melalui desain batik dengan inspirasi *hypernature* untuk *home décor*. Gagasan desain batik tersebut didasari oleh tumbuhnya tren konsumsi produk *home décor* yang meningkat dan berkembangnya inovasi dengan konsep *hypernature*, yaitu terpadunya teknologi dan alam untuk mendukung keberlanjutan. Oleh karena itu, metode perancangan yang digunakan adalah kolaborasi unsur tradisi batik Ciwaringin dengan unsur tren 22/23. Kolaborasi unsur tradisional dan unsur tren dinilai sesuai dengan tujuan penelitian karena mendorong para pengrajin untuk tanggap terhadap perkembangan masyarakat terkini. Melalui proses desain, ditemukan potensi rancangan batik Ciwaringin baru dan terbukanya segmentasi pasar baru. Meskipun proyek desain dalam penelitian ini masih tergolong sebagai tahap awal, namun terindikasi adanya dampak positif dari implementasi unsur tren pada pengembangan desain batik tradisional.

Kata Kunci: batik Ciwaringin, *home décor*, *hypernature*.

Abstract

Batik culture has succeeded in becoming a driving force of the creative economy and providing employment opportunities in various areas of Indonesia. However, the rapid development of batik does not guarantee the success of the batik businesses to be sustainable. One example occurs in one of the national batik industry centers, namely Cirebon. The famous culture of batik in Cirebon is synonymous with the craft center located in Trusmi Village. However, Cirebon also has other areas that are actively producing batik, such as Ciwaringin Village. Contrast to the popular Trusmi Village, Ciwaringin Village's batik tends to fade. The craftsmanship of hand-written batik is assumed as one obstacle in responding to consumer trends and demands. In regards, this research aims to explore the alternative designs in developing Ciwaringin batik by infusing the trendy hypernature concept for home décor product. The idea of the batik development design is initiated to respond the growing trend of home décor consumption and the rise of hype nature concept of innovations, which is the integration of technology and nature to support sustainability. Thus, the design method used is a collaboration of Ciwaringin batik traditional elements with the trend of 2022/2023. The collaboration of traditional and the trend elements is considered sufficient in helping craftsmen to be responsive to the latest developments happened amidst society. Through the design process, it was discovered the potency of new designs and the rise of new market segments. Although the design project should be considered as an early stage of development, but it can be concluded that there are positive indications of implementing the trend elements for developing traditional batik designs.

Keywords: batik Ciwaringin, *home décor*, *hypernature*.

PENDAHULUAN

Sejak mendapatkan pengakuan sebagai salah satu Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Non-

bendawi oleh UNESCO (*The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) pada tahun 2009, popularitas batik Indonesia menjadi kian





meningkat baik di mata masyarakat lokal ataupun mancanegara (Damayanti, 2021: 29). Meskipun budaya batik dikenal berbasis dari budaya masyarakat Jawa, namun kini hampir seluruh wilayah Indonesia memiliki kain batik dengan kekhasan ragam hiasnya (Valenta, 2022: 90). Berbagai wilayah di Indonesia menghasilkan batik dengan ciri ragam hias yang merepresentasikan budaya maupun kondisi geografis masing-masing daerahnya (Paramita, 2022: 427).

Batik kini seakan menjadi medium bagi masyarakat di beragam wilayah Indonesia untuk mengenalkan kekayaan alam dan kebudayaan lokal lainnya. Sebagai contoh, Kusumaningtyas (2022:19), dalam penelitiannya merancang batik dengan inspirasi ragam hias yang mengisahkan terciptanya Tari Eklek di Pacitan. Adapun Kuwala (2022: 09) menyatakan bahwa batik Tanah Liek Kabupaten Dharmasraya, Sumatera Barat mengungkap keanekaragaman hayati di lingkungan wilayah tersebut, seperti ragam hias pohon karet dan bunga sawit, serta mengungkap pula kebudayaan lokal seperti ukiran rumah gadang dan naskah kuno Bajelo Idul Adha dan Idul Fitri.

Selanjutnya, Zahidi (2017:2) menjelaskan bahwa keindahan karya batik berpotensi menjadi instrumen diplomasi publik yang bersifat *soft power*. Keindahan dan keberagaman kain batik mampu membangun dampak immaterial yang baik karena menjadi cerminan keberagaman budaya bangsa Indonesia. Sedangkan dalam segi materil, keindahan batik mampu membuka peluang meningkatnya ekonomi kreatif Indonesia sebagai pusat penghasil kain batik. Kini batik merupakan karya dari tradisi budaya Indonesia yang bernilai ekonomi tinggi sehingga menjadi sumber kehidupan bagi masyarakat dan merupakan pintu alternatif pendukung terbukanya kepariwisataan Indonesia (Sumintarsih, 2009:693).

Salah satu sentra industri batik nasional adalah wilayah Cirebon. Kudiya (2020:7) menjelaskan pada tahun 2018, Yayasan Batik Jawa Barat (YBJB) mencatat bahwa industri batik Cirebon melibatkan sebanyak 1.625 jiwa pengrajin di dua wilayah, yaitu Kecamatan Plered dan Kecamatan Ciwaringin, dengan proporsi sekitar 80% pengrajin berada di kecamatan Plered, khususnya Desa Trusmi. Tak hanya pengrajin, Desa Trusmi pun memiliki beragam pengusahaan batik yang aktif hingga kini. Besarnya jumlah pengrajin dan pengusaha batik di Desa Trusmi tersebut, tentu membangun popularitas sehingga batik Cirebon menjadi identik dengan sentra batik di Desa Trusmi.

Selain Desa Trusmi di Kecamatan Plered, terdapat pula sentra batik yang aktif, yaitu di Desa Ciwaringin, Kabupaten Cirebon. Namun pembatikan di Desa Ciwaringin menghadapi kondisi berbeda dengan Desa Trusmi. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan satu pemilik usaha batik Ciwaringin, CV. Sapu Jagad, yaitu Bapak Nursalim (48) pada Selasa, 31 Mei 2022, membahas kondisi pasar batik asal Ciwaringin, diketahui bahwa batik asal Desa Ciwaringin tidak dikenal layaknya Desa Trusmi. Selanjutnya, Bapak Nursalim pun menyatakan adanya keterbatasan para pengrajin batik Ciwaringin dalam memenuhi minat konsumen, khususnya konsumen *fashion* yang umumnya menuntut produksi batik dalam jumlah massal, beragam, dan cepat. Hingga kini, para pengrajin batik di Desa Ciwaringin masih berupaya untuk mampu meningkatkan popularitasnya dan tanggap terhadap perkembangan minat konsumen.

Menanggapi hal tersebut, proyek desain ini pun ditujukan untuk menghasilkan rancangan batik yang membuka peluang segmentasi pasar baru dan terkini bagi batik dari Desa Ciwaringin. Proyek desain pada penelitian ini dilakukan dengan merespon potensi tren minat konsumen terhadap produk *home décor*, serta perkembangan tren inovasi berkonsep *hypernature*, yaitu terpadunya teknologi dan alam untuk mendukung keberlanjutan. Oleh karena itu, pendekatan desain yang digunakan dalam pengembangan desain batik adalah mengkolaborasikan unsur batik Ciwaringin Cirebon dengan unsur tren minat konsumen 2022/2023. Pemikiran terkait kolaborasi karya batik tradisional dan tren terkini pun dilandasi oleh pertimbangan akan pentingnya batik Ciwaringin Cirebon untuk tanggap ataupun peka terhadap minat pasar dan membangun keunikannya sendiri. Melalui pendekatan tersebut, diharapkan karya akhir proyek desain batik ini akan menghasilkan rancangan baru dan berkontribusi dalam pengembangan desain batik yang selaras dengan karakter dan kapasitas produksi para pengrajin batik asal Ciwaringin.

Batik Cirebon kerap kali identik dengan Desa Trusmi di Kecamatan Plered. Kudiya (2020:7) menjelaskan bahwa pada tahun 2018, mayoritas pengusaha dan pengrajin batik Cirebon berlokasi di Kecamatan Plered, khususnya Desa Trusmi dan hanya sekitar 20% pelaku usaha batik berlokasi di Desa Ciwaringin. Selain itu, Desa Trusmi pun dikenal sebagai ikon sentra batik Cirebon karena sejarah masyarakatnya yang aktif memproduksi batik untuk keperluan keraton. Saat ini, kain batik asal Desa Trusmi tidak hanya diproduksi untuk masyarakat keraton, namun juga untuk kebutuhan konsumen umum, khususnya keperluan





berbusana seperti kain panjang, kain sarung selendang, *blouse*, kemeja, scarf, dan ada pun yang digunakan untuk kebutuhan interior yaitu sebagai elemen estetis.

Berbeda halnya dengan Desa Trusmi yang secara historis terikat dengan kebudayaan keraton, batik Desa Ciwaringin lahir dari kalangan pelajar muslim. Batik Desa Ciwaringin tergolong baru karena dimulai pada sekitar tahun 1950 yang diprakarsai oleh aktivitas sekelompok siswa dari Jawa Timur di Pesantren Raudlotul Tholibin (Prawira, 2020: 49). Oleh karena itu, karakter batik Ciwaringin pun cenderung terpengaruh gaya batik asal Jawa Timur, khususnya Lasem dan Madura.

Pada kenyataannya, estetika bernilai Islami sangat mempengaruhi karakter batik Cirebon, namun hal yang membedakan batik Ciwaringin dengan batik Trusmi ataupun wilayah kecamatan Plered lainnya adalah penggunaan ragam hias yang sederhana dan menghindari bentuk mahluk bernyawa maupun simbol asal keratonan (Tresnawati, 2020:1). Motif batik Ciwaringin cenderung dinamis, karena proses penciptaannya yang bebas dan tanpa pakem tertentu. Meskipun begitu terdapat pola yang umum digunakan, diantaranya adalah pola geometris, *pangkaan*, *byur*, *ceplok-ceplok*, *wit ngrambat*, dan pola kombinasi (Hk, 2019: 36).

Selanjutnya, pengrajin batik asal Ciwaringin hanya memproduksi batik tulis dan menggunakan ragam warna sintesis maupun alami. Meskipun terdapat penggunaan warna sintesis, namun mayoritas pengrajin Ciwaringin cenderung menggunakan pewarna alami dengan memanfaatkan bahan baku alam yang berasal dari sekitar Desa Ciwaringin, seperti daun-daunan, kulit pohon, hingga kulit buah karena teknis pewarnaan tersebut telah dilakukan secara turun-temurun di tengah komunitas pengrajin baik Ciwaringin (Tresnawati, 2020: 7359).

Merujuk pada wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan pemilik usaha batik Ciwaringin, CV. Sapu Jagad, yaitu Bapak Nursalim (2022) umur 48 tahun pada Selasa, 31 Mei 2022, membahas batik asal Ciwaringin, diketahui bahwa kain batik asal Desa Ciwaringin umumnya diperuntukkan untuk keperluan berbusana, serupa halnya dengan batik asal Desa Trusmi. Selanjutnya, Bapak Nursalim menjelaskan bahwa batik Ciwaringin memiliki harga yang tinggi karena proses pekerjaannya yang mengandalkan keahlian batik tulis para pengrajin serta prosesnya yang membutuhkan waktu lama. Bapak Nursalim pun menilai bahwa kain batik asal Ciwaringin memiliki

popularitas yang rendah karena keterbatasan dalam memenuhi minat konsumen, khususnya konsumen *fashion* yang umumnya menuntut produksi batik dalam jumlah massal, beragam, murah dan cepat.

Menghasilkan produk yang diminati pasar merupakan harapan beragam produsen, baik berskala kecil maupun industri. Sebagai upaya untuk tanggap terhadap minat pasar yang selalu berubah dan beragam, para pelaku bisnis profesional umumnya memperhatikan minat konsumen melalui analisis *trend forecast*. Pada bidang desain, *trend* (tren) dipahami sebagai arah umum perkembangan maupun perubahan suatu hal, dan *forecast* merupakan prakira terkait timbulnya suatu kualitas maupun probabilitas di masa depan akibat sebuah perubahan (Evans, 2004: 84).

Selanjutnya, penyusun kajian *trend forecast* dikenal sebagai *trend forecaster* yang bertanggung jawab untuk mengetahui timbulnya gerakan maupun perubahan di tengah masyarakat, menyadari dasar penggerak peristiwa perubahan, dan mempertimbangkan relevansi hal tersebut terhadap dampak masa depan, khususnya bagi masyarakat (Tucholke, 2020: 8). Penyedia jasa analisis tren *forecast* akan memberikan ikhtisar terkait kondisi masyarakat yang mencakup beberapa informasi, yaitu perubahan perilaku konsumen, faktor-faktor yang melatarbelakangi perubahan tersebut, hingga beragam atribut desain yang menginterpretasikan tren suatu musim, seperti gaya, warna, bentuk, dan beragam visual lainnya.

Rangkaian analisis *trend forecast*, tidak bisa dipungkiri, marak digunakan dalam desain *fashion*. Meskipun begitu, tren tidak terbatas pada kajian terkait keperluan berbusana saja karena tren pun dapat terlihat dalam beragam jenis produk lainnya yang dikonsumsi masyarakat seperti mobil, furnitur, dan *home décor* (Kim, 2011: 2). Oleh karena itu, laporan analisis *trend forecast* telah secara umum digunakan pula oleh para desainer untuk mendapatkan inspirasi dalam menciptakan kebaruan serta mendapatkan referensi eksekusi estetika rancangan yang baik.

Home décor diartikan sebagai penataan ruang hunian agar menciptakan suasana yang indah dan lebih menarik, khususnya secara visual. Secara umum, dalam merancang ruang hunian yang menarik tersebut membutuhkan beragam produk pendukung konsep interior yang disebut produk *home décor* ataupun *home accessories*. Pada laporan penelitiannya United States Agency for International Development (USAID), Barber (2007:7) menjelaskan bahwa terdapat beberapa tipe produk *home accessories* Indonesia yaitu,



aksesoris dekoratif, furnitur aksen, lampu *portable*, dekorasi dinding, tanaman artifisial, hiasan meja, perlengkapan penerangan dan permadani.

Menanggapi potensi pasar produk *home decor*, Saputra (2021:13) menyatakan bahwa produk *home décor* Indonesia memiliki peluang besar untuk menggapai pasar Eropa. Menurut pengamatannya Belanda, sebagai salah satu mitra dagang terbesar Indonesia, dapat menjadi pintu ekspor produk *home décor* ke Eropa karena telah menjajaki proporsi pasar sebesar 22,43%. Selanjutnya produk *home décor* yang dihasilkan dari keterampilan tradisional ataupun produk yang mengungkap kekayaan Indonesia dapat menjadi keunggulan untuk menarik minat pasar Eropa yang tertarik pada aspek kemewahan dan keberlanjutan.

Hypernature merupakan salah satu tema tren 2022/2023 yang diusung oleh Heimtextil Trend Council, salah satu *platform* inkubasi tren bagi desain tekstil dan material tekstil. Jika merujuk pada paparan Brownell (2015: 23) *hypernature* merupakan terminologi yang digunakan untuk menjelaskan kolaborasi teknologi dan alam. Secara umum perkembangan teknologi kerap dipisahkan dengan alam, namun *hypernature* menekankan peluang terpadunya teknologi dan alam untuk mampu memperluas pengetahuan dan kemampuan bahkan melampaui kemampuan alam itu sendiri.

Brownell (2015: 24) pun menjelaskan bahwa ditengah maraknya tren kolaborasi teknologi dan alam, terdapat dua tipe pendekatan yang umum digunakan para pencipta dalam memanfaatkan unsur alam pada ciptaannya yaitu *representation* (representasi) dan *engagement* (keterlibatan). Pendekatan *representation* mengadopsi bentuk ataupun perilaku alam dalam suatu inovasi, baik dalam bentuk material, produk, ataupun sistem. Contoh implementasi pendekatan *representation* adalah adopsi bentuk flora pada desain ataupun desain berbasis bio-mimikri. Sedangkan *engagement*, merupakan pendekatan yang berinteraksi langsung dengan alam. Beberapa contoh aplikasi pendekatan *engagement* adalah pemanfaatan organisme jamur ataupun *bioengineering* lainnya.

METODE PENCIPTAAN

Penciptaan karya dilakukan dengan mengkolaborasikan unsur yang terdapat dalam kriya batik khas Ciwaringin dengan unsur yang terdapat pada tren 22/23. Kolaborasi tersebut dilakukan untuk menemukan peluang dari batik Ciwaringin dalam menghadapi pasar terkini. Oleh sebab itu, proses penciptaan dilakukan dalam lima tahap, yaitu:

Pengumpulan data terkait batik asal Desa Ciwaringin Cirebon serta terkait tren 22/23 melalui studi literatur, wawancara, dan observasi. Tahap wawancara dan observasi batik Ciwaringin dilakukan dengan salah satu pelaku usaha batik asal Ciwaringin, yaitu Bapak Nursalim (48) dan Ibu Iim Rohimah (38), pemilik CV. Sapu Jagad.

Pemetaan unsur yang terdapat pada batik Ciwaringin dan tren 22/23. Menurut Nugraha (2012: 205), sebuah artefak, objek, maupun produk secara mikro dapat dibedah dalam enam unsur yaitu, teknik, fungsi (kegunaan), material, ikon, konsep dan bentuk. Oleh sebab itu batik Ciwaringin dan Tren akan digali berdasarkan enam unsur tersebut. Perancangan kolaborasi unsur batik asal Ciwaringin Cirebon dan unsur tren 2023: *hypernature*. Eksplorasi teknis pengolahan karya batik di di Desa Ciwaringin sesuai acuan desain bersama UMKM lokal, yakni CV. Sapu Jagad. Produksi purwarupa dari rancangan batik Ciwaringin.

PROSES PERWUJUDAN KARYA

1. Pengumpulan data

Berdasarkan observasi lapangan, terverifikasi bahwa batik Desa Ciwaringin hanya menggunakan teknik batik tulis dan mayoritas ornamen yang dihasilkan adalah flora. Adapun ditemukan pula sedikit batik yang menggunakan aksen ornamen fauna, namun telah melalui proses stilasi bentuk dan tanpa konteks filosofi. Keseluruhan ragam hias dan penyusunannya cenderung sederhana dan menampilkan garis organis yang halus.

Selanjutnya pada studi trend 2022/2023: *hypernature*, dilakukan studi visual, baik bentuk maupun warna, untuk dapat menginspirasi kolaborasi unsur tren dan tradisi. Rangkaian referensi visual tersebut disusun dalam suatu kolase *moodboard* yang menggambarkan warna-warna artifisial khas teknologi dan dunia *digital*, namun menggunakan detil-detil bentuk organis yang didapat dari alam.



Gambar 1. Contoh Batik Ciwaringin milik CV. Sapu Jagad.





Gambar 2. Kolase Studi Visual Tren 22/23: *Hyper-nature*

2. Pemetaan unsur batik Ciwaringin dan tren 22/23 Nugraha (2012: 205), menjelaskan bahwa sebuah artefak, objek, maupun produk secara mikro memiliki enam unsur yaitu, teknik, fungsi (kegunaan), material, ikon, konsep dan bentuk. Berdasarkan hal tersebut, maka teridentifikasi beberapa unsur yang terdapat dalam batik Ciwaringin dan *Tren 22/23: Hypernature*.

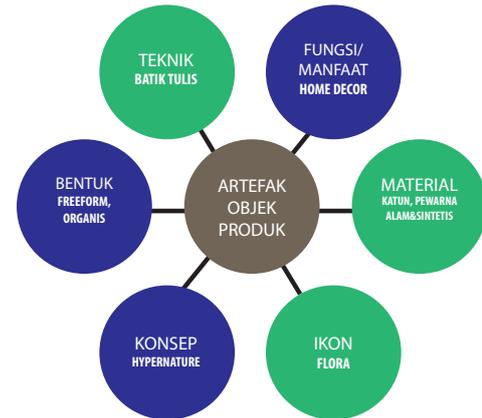
Tabel 1. Unsur Batik Ciwaringin dan *Tren 22/23: Hypernature*

Unsur	Batik Ciwaringin	Tren 2022/2023
Teknik	Batik Tulis	Kolaborasi digital dan manual
Fungsi	Kain Busana	Busana, <i>Home Décor</i> , dan sebagainya
Material	Katun, Pewarna Alam dan Sintetis	Alam/sintetis/hasil daur ulang
Ikon	Flora	Bentuk dan tekstur organis dengan warna resapan digital
Konsep	Budaya multikultural	<i>Hypernature</i> : teknologi dan tradisional/natural
Bentuk	Tanpa pakem	Bentuk bebas organis, pengaruh teknologi

3. Perancangan kolaborasi unsur batik Ciwaringin dan tren 22/23

Setelah memetakan unsur, maka dilakukan kolaborasi yang memadukan unsur dalam batik Desa Ciwaringin dan tren 22/23. Beberapa unsur dari batik Desa Ciwaringin yang digunakan adalah (1) teknik khas yaitu batik tulis, (2) material yang tersedia yaitu kain katun dan warna alam maupun sintetis, serta (3) ikon dari kain batik Ciwaringin adalah flora.

Sedangkan terkait tren 22/23, unsur yang digunakan dalam proyek desain ini adalah (1) fungsi sebagai *home décor* karena merespon tren konsumsi pasar, (2) konsep *hypernature*, dan (3) bentuk yaitu organis dengan warna yang diresap dari citra teknologi. Pada penelitian ini, resapan teknologi yang digunakan adalah bentuk detail flora yang didapat dari alat bantu pembesar (*zoom*) bentuk.



Gambar 3. Ilustrasi Kolaborasi Unsur Tren 22/23 dan Batik Ciwaringin.

Jika merujuk pada paparan Brownell pada subbab sebelumnya, terkait tipe pendekatan yang digunakan penciptaan desain dengan unsur alam, maka penelitian desain ini tergolong pada pendekatan *representation*. Hal tersebut disebabkan oleh proses perancangan yang mengadopsi bentuk alam untuk diaplikasikan pada rancangan baru. Pada penelitian ini, bentuk alam yang digunakan adalah bentuk flora yang didapat dari alat bantu pembesar (*zoom*) dan kemudian disederhanakan agar sesuai dengan kapasitas para pengrajin batik.

4. Eksplorasi teknis pengolahan karya batik di Desa Ciwaringin

Proses perancangan dilanjutkan pada tahap eksplorasi teknis. Tahap ini dilakukan di CV. Sapu Jagad, Desa Ciwaringin, Kabupaten Cirebon dengan panduan Bapak Nursalim (48) dan Ibu Iim Rohimah (38), selaku pemilik CV. Sapu Jagad.

Selanjutnya, tahap eksplorasi dimulai dari (1) proses menggambar objek flora *hypernature* yaitu gambar detail objek flora dengan alat bantu pembesar, (2) menggambarinya pada kain batik terpilih, (3) pematikan motif *hypernature* pada kain batik yang telah tersedia, (4) pencelupan warna menggunakan pewarna sintetis, yaitu Indigo Sol Blue 04B, Indigo Sol Yellow IGK dan AS Naftol Dye dan garam Red B (5) hingga tahap *pelorod-an* malam batik. Setelah batik asal Desa Ciwaringin tersebut melalui proses pematikan menggunakan motif *hypernature*, (6) karya batik tersebut diolah dengan teknik reka latar sulam untuk membangun tekstur pada kain batik.



Gambar 4. Beberapa Sketsa Flora Hasil Pembesaran (Zoom)



Gambar 5. Beberapa Sketsa Aplikasi Detail Zoom Flora Batik



Gambar 6. Proses Menggambar Pada Batik yang Tersedia dan Pencelupan Batik



Gambar 7. Proses Persiapan Penambahan Tekstur Reka Latar

WUJUD KARYA

Karya penciptaan ini ditujukan untuk menjadi *home decoration* yaitu berupa elemen estetis ruang. Pertimbangan terkait aplikasi rancangan batik *hypernature* sebagai elemen dekorasi dinding dilandasi oleh teknis produksi yang mengandalkan keahlian tangan pengrajin yaitu teknik batik tulis dengan imbuhan reka latar sulam. Karya hasil keterampilan tangan tersebut memberikan nilai

eksklusif. Sedangkan proses pewarnaan yang menggunakan pewarna sintesis didasari oleh pemikiran terkait aplikasi desain sebagai elemen estetis yang membutuhkan daya tahan warna baik, sesuai dengan kebutuhan suatu ruang.

Proses eksplorasi menghasilkan beragam lembar hasil kain batik yang diolah melalui proses pembatikan ulang menggunakan motif *hypernature*, namun terdapat tiga karya alternatif yang terpilih dalam karya tulis ini. Perwujudan karya dalam proyek penelitian ini dibuat dalam dua variasi bentuk yaitu persegi dengan ukuran 50 x 50 cm, dan bulat dengan diameter berukuran 50 cm.



Gambar 8. Karya Akhir I Berbentuk Lingkaran dan Reka Digital Aplikasi Karya Sebagai *Home Decoration*

Karya akhir produk *home décor* I menggunakan batik satu warna dengan motif khas Ciwaringin yaitu Kembang Pangko Matahari. Karya batik Kembang Pangko Matahari yang telah tersedia diproses lebih lanjut melalui pembatikan dan pencelupan ulang. Pembatikan dilakukan menggunakan motif flora hasil proses pembesaran (*zoom*). Hasil pembatikan diolah lebih lanjut menggunakan teknik sulam dengan warna kuning cerah dan motif flora, hasil proses pembesaran.





Karya akhir I memiliki bentuk lingkaran sebagai variasi elemen estetis yang menampilkan kesan dinamis pada suatu ruang.



Gambar 9. Karya Akhir II Berbentuk Persegi dan Reka Digital Aplikasi Karya Sebagai *Home Decoration*

Serupa halnya dengan karya I, pada karya *home décor* II ini pun menggunakan batik Kembang Pangko Matahari yang telah tersedia untuk diproses lebih lanjut melalui pematikan dan pencelupan ulang. Proses pematikan di atas kain batik Kembang Pangko Matahari dilakukan menggunakan motif flora hasil proses pembesaran (*zoom*). Hasil pematikan pun diolah lebih lanjut menggunakan teknik sulam menggunakan dua jenis warna, yaitu kuning cerah dan hijau toska untuk membangkitkan kesan *digital* dari tema *hypernature*.



Gambar 10. Karya Akhir III Berbentuk Persegi dan Reka Digital Aplikasi Karya Sebagai *Home Decoration*

Selanjutnya, karya *home décor* III juga menggunakan batik dua warna dengan motif Kembang Pangko Matahari. Kain batik tersebut pun diproses lebih lanjut melalui pematikan dan pencelupan ulang menggunakan motif flora hasil proses pembesaran (*zoom*). Hasil pematikan diolah lebih lanjut menggunakan teknik sulam dengan warna kuning cerah dan motif flora, hasil proses pembesaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian, ditemukan bahwa kemampuan batik tulis yang dimiliki para pengrajin batik Ciwaringin berpotensi menjadi nilai unggul dan bukan sebagai kendala bagi para pengrajin. Melalui inovasi desain yang mengadopsi unsur tren, batik Ciwaringin dapat membuka peluang segmentasi pasar baru yang selaras dengan kemampuan produksi para pengrajin. Jika merujuk pada hasil penciptaan ini, terlihat bahwa batik Ciwaringin dapat dikembangkan sebagai *home decoration*, khususnya elemen estetis yang eksklusif. Ragam hias dan warna yang ditampilkan oleh batik Ciwaringin dapat menjadi *point of interest* untuk menghiasi suatu ruang layaknya karya seni lukis.



2. Saran

Merujuk pada hasil dan temuan dalam penciptaan ini, diharapkan para pengrajin mempertahankan keunggulan batik tulisnya. Selanjutnya, diharapkan pula agar para pelaku usaha batik Ciwaringin dapat terbuka terhadap pendekatan desain yang berbeda dan pada peluang terciptanya segmentasi pasar baru. Meskipun ditemukan potensi baru batik Ciwaringin, namun inovasi desain hanya akan berdampak optimal jika dilengkapi dengan studi konsumen. Melalui inovasi desain ini diharapkan dapat membuka gagasan studi lebih lanjut terkait konsumen. Ketepatan dalam menargetkan segmentasi konsumen akan memberikan kontribusi positif bagi keberlanjutan kerajinan batik di Desa Ciwaringin.

DAFTAR RUJUKAN

- Barber, T., Krivoshlykova, M. (2007). *End-Market Study for Indonesian Home Accessories*. United States Agency International Development (USAID).
- Brownell, B., Swackhamer, M., Satterfield, B., & Weinstock, M. (2015). *Hypernatural: Architecture's New Relationship with Nature*. Princeton Architectural Press.
- Damayanti, N. Y., Pandanwangi, A., Dewi, B. S., & Apin, A. M. (2021). *The Batik Kompeni Ornament Variety As An Acculturation Result In The Development Of Batik Decorative Motifs In Cirebon Coastal*: ICON ARCCADE 2021: The 2nd International Conference on Art, Craft, Culture and Design (ICON-ARCCADE 2021), Bandung, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211228.004>.
- Evans, M. (2004). *A Design Approach to Trends and Forecasting*: FUTUREGROUND: The Design Research Society Conference, Melbourne, Australia.
- Hk, A. A. P., Wulandari, D. (2019). *Analisis Makna Motif Batik Ciwaringin Cirebon*. Cirebon: Seminar Nasional Seni dan Desain: Reinvensi Budaya Visual Nusantara, Surabaya, Indonesia.
- Kim, E., Fiore, A. M., & Kim, H. (2011). *Fashion trends: Analysis and forecasting* (English edition). England: Bloomsbury.
- Kudiya, K., & Atik, S. K. (2020). Kekuatan Desain Motif Batik Cirebon sebagai Ruang Identitas Indikasi Geografis Indonesia. *Waca Cipta Ruang: Jurnal Ilmiah Desain Interior*, 6(1), 1-12.
- Kusumaningtyas, W. R. (2022). Perancangan Batik Tulis Dengan Inspirasi Terciptanya Tari Eklek Pacitan. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 16. <https://doi.org/10.24114/gr.v11i1.32212>.
- Kuwala, R.N., & Zulfia Novrita, S. (2022). Ragam Hias Motif Batik Tanah Liek Dharmasraya (Studi Kasus di Kerajinan Batik Tanah Liek Citra). *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 08. <https://doi.org/10.24114/gr.v11i1.32358>.
- Nursalim, R, I. (2022), "Batik Ciwaringin Cirebon". *Hasil Wawancara Pribadi*: 31 Mei 2022, Institut Teknologi Bandung.
- Paramita, N.G.A., Mudra, I. W., & Rai Remawa, A.A.G. (2022). Cengkeh Sebagai Inspirasi Pengembangan Motif Batik Berbasis Digital Di Kabupaten Buleleng. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 11(2), 426. <https://doi.org/10.24114/gr.v11i2.38894>
- Prawira, N. G., Prawira, M. F. A., & Susanto, E. (2020). Coastal Batik Ornament Design: Aesthetic Analysis and Meaning of Batik Ornaments in Ciwaringin Cirebon, West Java. *Lekesan: Interdisciplinary Journal of Asia Pacific Arts*, 3(2), 48-53.
- Saputra, R. (2021). Motivasi Indonesia Dalam Kerjasama Ekspor Home Decoration Indonesia-Belanda Ke Eropa. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 8.8-53.
- Sumintarsih. (2009). Pelestarian Batik dan Ekonomi Kreatif. *Jantra: Jurnal Sejarah dan Budaya*, 4(8), 689-696.
- Tucholke, K., & Frohm, P. (2020). *The Trend Forecasting Paradox?* [Master's thesis, The Swedish School of Textiles]. Boras: University of Boras.
- Tresnawati, N., Saleh, I., Sudarmin, & Wardani, S. (2020). Scientific reconstruction of local plants as the basic materials of Batik Natural Dyes. *Journal of Physics: Conference Series*, 1511(1), 012062.
- Tresnawati, N., Saleh, I., & Wardani, S. (2020). The utilization of local plants as natural dye Ciwaringin Batik, Cirebon, Indonesia. *EurAsian Journal of Bio Sciences*.
- Valenta, N. S., & Adriani, A. (2022). Studi Tentang Batik Batam (Studi Kasus di Indra Batik Batam di Kota Batam). *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 89. <https://doi.org/10.24114/gr.v11i1.29696>.
- Zahidi, M.S. (2017). Batik As Indonesian Public Diplomacy in ASEAN Economic Community (AEC). *International Journal of International Relations, Media and Mass Communication Studies*, 3(2), 1-9.

