

PENCIPTAAN MOTIF BATIK TAMBUN BUNGAI SEBAGAI ALTERNATIF BRAND IDENTITY KALIMANTAN TENGAH

CREATING THE TAMBUN BUNGAI BATIK MOTIF AS AN ALTERNATIVE BRAND IDENTITY FOR CENTRAL KALIMANTAN

Nawung Asmoro Girindraswari¹, Bayu Prihantoro^{2*}

¹Universitas Palangka Raya, Palangka Raya, Indonesia

^{2*} Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

¹nawungasmorock@gmail.com, ^{2*}yoe.bayoeeee@gmail.com

Abstrak

Pengembangan motif batik dengan karakter suatu daerah merupakan salah satu potensi pengembangannya motif baru (kontemporer) melalui pengembangan motif melalui potensi daerah. Tambun dan Bungai diambil dari sejarah nama dua pahlawan yang cukup ternama dan terkenal dalam sejarah cerita rakyat dari Dayak, Kalimantan Tengah di Provinsi Kalimantan Tengah, dipandang memiliki aspek kultural yang menonjol dan mampu mewakili Kalimantan Tengah untuk disaring dan dikemas menjadi sebuat visual branding. Banyak potensi yang bisa dikembangkan di Kalimantan Tengah menjadi motif ikonik, seperti dari adat istiadat, sumber daya alam, dan ekowisata. Oleh karena itu perlu adanya penciptaan motif Tambun Bungai yang sesuai dengan kearifan lokal ciri khas dalam upaya mempromosikan Kalimantan Tengah melalui media batik. Tulisan ini merupakan bagian dari upaya pembentukan brand identity Kalimantan Tengah melalui proses penelitian mendalam terhadap identitas kultural masyarakat setempat, yang luarannya berupa terciptanya ragam hias bernama motif batik Tambun Bungai.

Kata Kunci: Batik, Brand Identity, Ragam Hias

Abstract

Developing batik motifs with the character of a region is one potential way to create new, contemporary motifs by tapping into the region's potential. Tambun and Bungai are taken from the names of two well-known and renowned heroes in the folk stories of the Dayak people in Central Kalimantan Province, Kalimantan Tengah. They are seen as having prominent cultural aspects that can represent Central Kalimantan and be transformed into a form of visual branding. There are many potentials in Central Kalimantan that can be developed into iconic motifs, such as from local customs, natural resources, and ecotourism. Therefore, there is a need to create a Tambun Bungai motif that is in line with the local wisdom and characteristics in an effort to promote Central Kalimantan through batik media. This article is part of an effort to establish the brand identity of Central Kalimantan through in-depth research on the local cultural identity, with the output being the creation of a decorative pattern called the Tambun Bungai batik motif.

Keywords: Batik, Brand Identity, Pattern

PENDAHULUAN

Provinsi Kalimantan Tengah atau disebut juga Bumi Tambun Bungai merupakan provinsi dengan kekentalan adat istiadat dan tata aturan yang berlaku didalamnya, selaras dengan falsafah hidup yang masih berkembang. Pembangunan pariwisata berbasis budaya sudah saatnya dikembangkan dengan dilandasi budaya setempat dan sektor pariwisata, Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik. Konsep kegiatan

pariwisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada something to see, something to do, dan something to buy (Yoeti, 2017). Something to see, terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata, something to do, terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata, something to buy, terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi atau wisatawan. Ekonomi kreatif dapat masuk melalui something to buy dengan menciptakan produk-produk inovatif khas daerah.

Hadirnya brand identity Tambun Bungai berupa motif batik dapat menggambarkan identitas dan karakter suku Dayak Kalimantan Tengah, yang nantinya membawa kembali budaya sebagai falsafah hidup di Bumi Tambun Bungai dengan masyarakat yang majemuk. Batik diangkat oleh sebagian perancang busana dalam desain-desainnya dengan maksud sebagai penghargaan setinggi-tingginya terhadap warisan budaya, juga sebagai upaya pelestarian agar tak pernah punah tergeser oleh elemen budaya baru yang datang (Apin, 2002). Selain menjadi penguatan identitas lokal Kalimantan Tengah, motif batik Tambun Bungai dapat memberikan peluang berupa keuntungan ekonomi dalam sektor pariwisata. Hal tersebut dapat berupa cinderamata atau souvenir khas yang kerap kali diburu oleh wisatawan yang berkunjung dengan mempertimbangkan konsumen disegala usia terutama kawula muda.

Geliat sektor pariwisata Kalimantan Tengah dengan potensi bentang alamnya telah digaungkan. Terkait hal itu, penulis berupaya memberikan kontribusi dalam penciptaan motif batik Tambun Bungai. Tulisan ini merupakan penelitian awal untuk memunculkan identitas kedaerahan Bumi Tambun Bungai Kalimantan Tengah melalui terciptanya bentuk motif yang dapat menjadi media visual branding dengan berdasarkan aspek kebudayaan, keagamaan, geografis, dan kekayaan alam, flora, maupun fauna. Batik Tambun Bungai yang tercipta akan menjadi kekayaan intelektual bidang kesenian yang hidup dan tumbuh di Kalimantan Tengah yang dapat menembus pasar global melalui optimalisasi dan inovasi produk dengan kearifan lokal.

Moderenisasi batik merupakan salah satu upaya menjadikan batik lebih bernilai secara ekonomis. Moderenisasi tersebut meliputi motif, media dan penerapan batik. Motif moderen yaitu penyesuaian motif-motif lama yang sudah ada dengan cara digabung untuk mendapatkan komposisi yang estetis. Tidak sekedar penyelarasan semata, tetapi terdapat unsur intuitif yang digunakan oleh pembatik. Motif batik Tambun Bungai sebagai brand identity Kalimantan Tengah menjadi fokus kajian ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan multidisiplin. Penelitian ini dilandaskan pada teori brand identity.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motif merupakan awal dari penciptaan sebuah tujuan dalam pembuatan gambar pada sebuah karya seni dan motif merupakan bentuk yang menunjukkan sifat atau corak dari suatu perwujudan dimana hiasannya disusun secara teratur dan berulang. Apabila berbicara mengenai motif maka tidak pernah terlepas oleh ragam hias. Ragam hias hadir ditengah-tengah kehidupan masyarakat sebagai media ungkapan perasaan yang diwujudkan dalam bentuk visual yang proses penciptaannya tidak pernah terlepas dari pengaruh-pengaruh lingkungan. Ragam hias berperan sebagai media untuk mempercantik suatu karya seni yang secara lahiriah memberikan arti simbolik atau makna tertentu.

Sunaryo (2009: 14), mengemukakan bahwa motif merupakan unsur pokok sebuah ornamen. Melalui motif, tema atau ide dasar sebuah ornamen dapat dikenali, sebab perwujudan motif umumnya merupakan gubahan atas bentuk di alam atau sebagai representasi alam yang kasat mata, akan tetapi ada pula yang merupakan hasil khayalan

semata, karena itu bersifat imajinatif, bahkan karena tidak dapat dikenali kembali, gubahan-gubahan suatu motif kemudian disebut bentuk abstrak.

Motif batik yang tercipta dari konsep yang dituangkan dalam motif batik yang di beri nama Tambun Bungai. Kata Tambun dan Bungai diambil dari sejarah nama dua pahlawan yang cukup ternama dan terkenal dalam sejarah cerita rakyat dari Dayak, Kalimantan Tengah. Tambun dan Bungai dianggap sebagai leluhur Suku Dayak di Kalimantan yang memiliki sifat yang luhur, cerdas, ramah, bijaksana, senang membanyu, dan menolong sesame, berani memperjuangkan kebenaran, lemah lembut, serta memiliki ikatan batin yang kuat. Untuk menghormati keduanya maka diciptakan tarian Tambun dan Bungai yang masih dipelajari hingga sekarang.

Motif batik Tambun Bungai merupakan motif batik apa saja yang ada di Kalimantan Tengah. Kalimantan Tengah atau disebut juga Bumi Tambun Bungai merupakan provinsi dengan kekentalan adat istiadat dan tata aturan yang berlaku didalamnya, yang selaras dengan falsafah hidup Huma Betang yang mengajarkan hidup ditengah-tengah keberagaman. Dilansir dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Tambun dan Bungai adalah legenda Suku Dayak ot Danum yang tinggal di Kalimantan Tengah khususnya wilayah Kabupaten Gunung Mas. Motif Tambun Bungai adalah gambaran dari wajah Bumi Tambun Bungai atau Provinsi Kalimantan Tengah yang terkenal dengan kekentalan adat istiadat dan potensi kekayaan alamnya, sehingga potensi ini terangkum menjadi ikon motif batik Tambun Bungai.

Social appropriation dalam dunia pariwisata menjadi pemicu untuk mengedepankan nilai komersial dan hiburan, serta ditambah dengan kayanya harta kultural yang dimiliki masyarakat Kalimantan Tengah khususnya Dayak, maka diciptakan motif batik Tambun Bungai yang khas dan autentik sebagai alternatif upaya *branding* Kalimantan Tengah.

Brand Identity

Di dalam tulisan ini, kajian identitas masih dalam katagori awal sebagai sebuah sikap bagaimana eksistensi suatu masyarakat ingin dipandang kembali oleh dunia di luar secara positif. Selebihnya dimaksudkan untuk meluruskan perihal bagaimana sikap orang memandang sesuatu dan bagaimana pula sesuatu itu dipandang orang. Identitas, dalam tulisan ini, tidak menganalisis citra yang dipersepsi oleh masyarakat luar, melainkan sebagai citra yang digambarkan sesuai dengan konteks sosial-budayanya, kemudian disampaikan untuk dipahami secara positif oleh masyarakat di luar komunitasnya.

Identitas suatu daerah, setelah melewati proses okupasi dunia *marketing* dan pariwisata, dapat diartikan ulang sebagai *brand identity*. *Brand* atau merek, menurut American Marketing Association, didefinisikan sebagai istilah yang merujuk pada *a name, term, design, symbol that identifies one seller's good or service as distinct from those of other seller* (Franzen dan Moriarty, 2009:18).

Bentuk *brand* Kalimantan Tengah dihasilkan dari intisari kekayaan intelektual primordial, sebagai *arketipe* yang selalu melekat pada gerak-gerik perilaku sosial budaya masyarakat Kalimantan Tengah. *Arketipe* itu hadir berupa simbol-simbol kultural. Kekhasan inilah yang kemudian hari diolah dan dijadikan produk dagang pariwisata. Dengan demikian *brand identity* dapat diartikan sebagai persepsi terhadap Kalimantan Tengah yang ingin disampaikan kepada masyarakat luas sehingga dapat membangun persepsi konsumen terhadap kabupaten tersebut. Melalui pembentukan persepsi itu, apa yang ingin disampaikan ialah hal yang paling menonjol dari kabupaten tersebut, yakni kekayaan budaya dan kekayaan alamnya.

Brand identity dari Kalimantan Tengah merupakan gambaran holistik berupa aspek-aspek visual yang dimaksudkan menjadi perwakilan dari banyak sisi wilayah tersebut, seperti sisi budaya, sosial, maupun geografi. Di dalam tulisan ini, perwakilan tersebut diwujudkan dalam bentuk ragam hias khas yang nantinya dapat diterapkan sebagai motif batik, sehingga dapat diperdagangkan sebagai buah tangan guna mengangkat ekonomi pariwisata daerah.

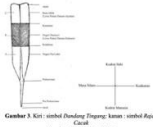
Konsep dan Perancangan Motif Batik Tambun Bungai

Pada penelitian ini didapat obyek penelitian yaitu Provinsi Kalimantan Tengah atau Bumi Tambun Bungai dan motif batiknya sebagai pembahasan utama sehingga dapat membantu dalam pembuatan analisis data dan mampu menetapkan sintesis, sebagai dasar perancangan yang akan dilakukan. Kalimantan Tengah menjadi ekspose utama karena daerah ini memiliki kekentalan adat dan kekayaan bentang alam yang melimpah ruah dibandingkan dengan aspek lain didalam sebuah kota misalnya kehidupan urban dalam metropolis. Dari kekntalan adat dan bentang alam tadi dapat dijadikan sebagai acuan untuk penciptaan motif batik sebagai ikon Kalimantan Tengah. sehingga nantinya motif batik yang dimunculkan sebagai identitas daerah adalah berkaitan tentang Bumi Tambun Bungai.

Implementasi Karya

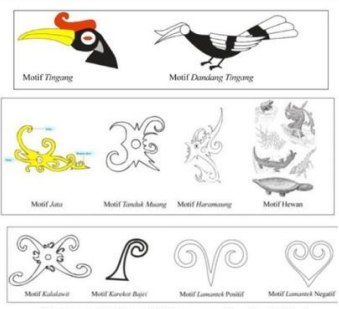
Unsur-unsur rupa motif batik Tambun Bungai meliputi karakter, profil, warna, ragam hias, dan formasi gerak tari Tambun Bungai dianalisis hubungan atau interelasi antara satu dengan lainnya. Tanda atau semiotika dapat dijadikan alat untuk menelusuri sesuatu dan menghasilkan sesuatu berupa tanda-tanda atau simbol-simbol.

Tabel 2. Hasil analisis semiotika tersebut diuraikan dalam tabel di bawah ini:

No	Realisme	Surrealisme	Keterangan
1			Burung Enggang
2			Jembatan Kahayan
3			Monumen Tambun Bungai
			Dandang Tingang

			Batang Garing atau Pohon Kehidupan
			Tari Tambun Bungai (Laki- Laki)
			Tari Tambun Bungai (Perempuan)

Tabel 3. Motif Isen (Isian)

No	Realisme	Surrealisme	Keterangan
	 Gambar 4. Motif-motif dalam ragam hias Dayak Ngaju Sumber : Darma (2003)		Motif Kalalawit Motif Lamantek Negatif Motif Lamantek Positif Motif Tanduk Muang Motif Karekot Bajai
			Bentang Alam Sungai di Kalimantan Tengah
	1. Data Acuan  Gambar 1  Gambar 2		Pohon dan Buah Ulin

Final desain ini akan mengeksplorasi beberapa simbol yang akan digunakan sebagai unsur motif batik yang nantinya dijadikan *brand identity* Bumi Tambun Bungai atau Provinsi Kalimantan Tengah. Warna merah coklat sebagai dasar sumber air danum (gambut) dan hijau sebagai wujud lestarnya hutan Kalimantan Tengah.



Gambar 1. : Final Desain Motif Batik Tambun Bungai
(Sumber : Dokumen Pribadi, 2023)

KESIMPULAN

Penciptaan Motif Batik Tambun Bungai Sebagai Alternatif Brand Identity Provinsi Kalimantan Tengah merupakan motif batik yang diaplikasikan pada kain dengan proses batik. Adanya motif batik ini akan memberikan satu ciri khas pada motif batik Kalimantan Tengah, sekaligus bisa menjadi media promosi daerah Provinsi Kalimantan Tengah yang efektif karena penggambaran motif batik dapat mengkomunikasikan potensi kekayaan alam Provinsi Kalimantan Tengah yang sangat beragam dan indah, motif Tambun Bungai adalah ekspose utama dari motif batik ini karena dianggap lebih mudah untuk diidentifikasi oleh audiens serta memberikan daya ingat yang kuat pada bentuknya yang agung. Motif batik Tambun Bungai ini memiliki keunikan yang diangkat berdasarkan kekayaan alam Kalimantan Tengah, dan memiliki corak warna yang berani memberikan kesan yang kuat terhadap filosofi motif batik Kalimantan Tengah. Motif batik Tambun Bungai memiliki pola khusus dan nilai-nilai filosofi Provinsi Kalimantan Tengah

DAFTAR PUSTAKA

- Franzen, Giep dan Moriarty, Sandra. 2009 *The Science and Art of Branding*. New York: M.E. Sharpe, Inc. 2009
- Iban, Olav. "*Batang Garing: Realitas Transenden, Estetika Ragam Hias, dan Simbol Identitas Dayak Ngaju*," (Tesis, Pengkajian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, 2014).
- Sunaryo. (2009). *Sejarah Batik Yogyakarta*. Yogyakarta: Rumah Penerbitan Merapi
- Yoeti, Oka A. (2017) *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.