

MAKNA BATIK MEGA MENDUNG SEBAGAI SIMBOL KOMUNIKASI NONVERBAL DALAM KOMUNITAS CINTA BERKAIN INDONESIA (PERSEPSI PEMAKNAAN MOTIF BATIK MEGA MENDUNG SEBAGAI KOMUNIKASI NON VERBAL DI KALANGAN ANGGOTA KOMUNITAS CINTA BERKAIN INDONESIA CABANG BANDUNG)

Endah Laelasari¹, Sutrisno²

¹Univeristas Pasundan, Bandung, Indonesia; endahekoalifaufa@gmail.com

²Univeristas Pasundan, Bandung, Indonesia; sutrisno@unpas.ac.id

* Corresponding Author endahekoalifaufa@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima: 16 Juni 2026 Direvisi: 27 Juli 2026 Disetujui: 11 Agustus 2026 Tersedia Daring: 09 September 2026 Kata Kunci: Komunikasi Non verbal Makna Batik	Budaya dan komunikasi sangat berhubungan, dengan adanya perilaku komunikasi menjadi hal yang sangat penting dalam berkomunikasi. Batik Mega Mendung, sebagai bentuk komunikasi non verbal tidak hanya dalam estetika visualnya tetapi juga dalam nilai filosofis yang terkandung di dalamnya. Masyarakat umum, bahkan para pengguna batik, hanya terpaku pada keindahan visualnya tanpa menggali lebih jauh nilai-nilai filosofis yang dijunjung. Edukasi yang memadai mengenai karakteristik dan filosofi di balik motif batik Mega Mendung, sangat penting untuk menumbuhkan apresiasi yang lebih utuh dan pemahaman yang lebih mendalam. Penelitian dilakukan di Komunitas Cinta Berkain Indonesia Cabang Bandung yang bertujuan untuk mengetahui makna Batik Mega Mendung sebagai simbol komunikasi non verbal pada anggota Komunitas Cinta Berkain Indonesia. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif makna Batik Mega Mendung sebagai simbol komunikasi non verbal dalam Komunitas Cinta Berkain Indonesia. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara dengan informan inti, informan ahli dan informan akademisi. Teknik analisis data lapangan menggunakan model Miles dan Huberman yang dari <i>data collection</i>, <i>data reduction</i>, <i>data display</i> dan <i>conclusion drawing/verification</i>. Temuan penelitian hasil wawancara Ketua KCBI Ibu Hj Yeyen bahwa batik merupakan media komunikasi nonverbal karena melalui motif, warna, dan bentuknya, batik dapat menyampaikan pesan tanpa menggunakan kata-kata. Orang yang memahami filosofi batik seperti di Komunitas Cinta Berkain Indonesia hampir semuanya mengetahui nilai atau makna yang ingin disampaikan oleh pembuat maupun pemakainya. Hal ini juga berlandaskan pada teori Model SPEAKING Dell Hymes menunjukkan bahwa batik tidak hanya dipahami sebagai karya seni berupa kain bermotif, juga sebagai media komunikasi nonverbal yang mengandung nilai budaya, identitas, norma, dan pesan sosial masyarakat. Setiap unsur dalam motif batik memiliki konteks dan makna yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat pembuat maupun pemakainya.
ABSTRACT	
Keywords: Communication; Non-verbal; Meaning; Batik	<i>Culture and communication are closely intertwined, with communication behavior playing a crucial role in the act of communicating. Batik Mega Mendung serves as a form of non-verbal communication, conveying meaning not only through its visual aesthetics but also through the philosophical values embedded within it. The general public, and even those who wear batik, often focus solely on its visual beauty without delving deeper into the philosophical values it upholds. Adequate education regarding the characteristics and philosophy behind the Mega Mendung motif is essential for fostering a more holistic appreciation and a deeper understanding. This study was conducted with the Bandung branch of the Komunitas Cinta Berkain Indonesia to explore the significance of Batik Mega Mendung as a</i>

symbol of non-verbal communication among its members. A qualitative, descriptive research method was employed to examine the meaning of Batik Mega Mendung within this context. Data collection involved observation and interviews with key informants, subject-matter experts, and academics. Field data analysis utilized the Miles and Huberman model, comprising data collection, data reduction, data display, and conclusion drawing/verification. Research findings from an interview with the Chairperson of KCBI, Mrs. Hj. Yeyen, indicate that batik serves as a medium of nonverbal communication; through its motifs, colors, and forms, it conveys messages without the use of words. Members of the Komunitas Cinta Berkain Indonesia, who understand the philosophy of batik are generally aware of the values or meanings intended by both the creators and the wearers. This perspective is supported by Dell Hymes's SPEAKING model, which demonstrates that batik is not merely understood as an art form specifically, patterned fabric but also as a nonverbal communication medium embodying cultural values, identity, norms, and social messages. Each element within a batik motif holds a context and meaning linked to the lives of the people who create and wear it.

© 2023
This is an open access article under CC-BY license



1. Pendahuluan

Produk budaya merupakan identitas negara yang mampu merepresentasikan tradisi. Indonesia telah diakui sebagai negara dengan kekayaan dan keragaman produk budaya yang masing-masing memiliki makna filosofis. Nilai dan norma sebagai pegangan hidup bagi masyarakat merupakan referensi pembentuk keragaman produk budaya (Nurchayanti et al., 2020). Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam. Salah satu wujud kekayaan tersebut adalah batik yang tidak hanya berfungsi sebagai karya seni dan produk sandang, tetapi juga menjadi media komunikasi budaya yang mengandung nilai, simbol, serta identitas suatu masyarakat. Setiap motif batik lahir dari latar belakang sejarah, lingkungan, dan kearifan lokal yang berbeda, sehingga memiliki makna filosofis yang merepresentasikan cara pandang masyarakat pendukungnya. Oleh karena itu, batik merupakan warisan budaya yang perlu dipahami tidak hanya dari aspek estetikanya, tetapi juga dari makna yang terkandung di dalam setiap motifnya. Batik merupakan salah satu karya intelektual masyarakat Indonesia yang telah diakui secara global.

Menurut Susanto (2018), batik diartikan sebagai kain yang diciptakan oleh nenek moyang bangsa Indonesia dengan memadukan seni dan teknologi. Kain batik memiliki banyak corak dan motif yang membawa makna dan memberikan informasi tentang identitas, adat istiadat, kelas sosial, pengetahuan dan keterampilan, kondisi alam dan peristiwa yang terjadi. Batik Indonesia juga terkenal kaya akan filosofi, simbol, teknik dan budaya yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat (Suparti & Umam, 2023). Keanekaragaman budaya batik mencerminkan warisan kreativitas dan identitas masyarakat setempat. Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri motif batik yang khas, sehingga dapat menciptakan keanekaragaman seni tekstil yang memperkaya warisan budaya bangsa. Batik tidak

hanya sebagai pakaian, melainkan juga sebagai ekspresi seni dan nilai-nilai tradisional yang di wariskan dari generasi ke generasi (Laksitarini & Purnomo, 2021).

Batik merupakan salah satu warisan budaya bangsa Indonesia. Keanekaragaman batik di Indonesia menjadikan batik terkenal hingga ke mancanegara. Pada tanggal 2 Oktober 2009 UNESCO (United National Education, Scientific, and Cultural Organization) telah menetapkan batik sebagai warisan budaya asli Indonesia dan setiap tanggal 2 Oktober diperingati sebagai hari batik Nasional (Raditya & Purwanto, 2023). Kebudayaan batik berkembang luas di berbagai daerah dan memiliki ciri-ciri tersendiri. Batik menjadi media untuk merefleksikan segala hal yang berkaitan dengan kearifan lokal dari daerah tertentu (Nurchayanti et al., 2020). Budaya dan komunikasi sangat berhubungan, dengan adanya perilaku komunikasi menjadi hal yang sangat penting dalam berkomunikasi. Komunikasi tidak hanya dibutuhkan sebagai pertukaran informasi dan penyampaian pesan tetapi dibutuhkan agar komunikasinya berlangsung dengan baik. Sehingga pesan-pesan tersebut dapat dilihat dari perilaku manusianya.

Beberapa motif batik dapat menandakan status/derajat seseorang, bahkan hingga sekarang beberapa motif batik tradisional hanya dapat dipakai oleh keluarga kerajaan seperti keluarga keraton Yogyakarta dan Surakarta (Fattah et al., 2023). Keberagaman motif dari berbagai daerah menunjukkan semangat Bhinneka Tunggal Ika, yaitu persatuan dalam keberagaman. Karena itulah, batik tidak hanya menjadi simbol estetika, tetapi juga alat representasi identitas nasional yang kuat. Dalam konteks ini, batik berperan penting dalam membangun citra positif bangsa di mata dunia. Batik menjadi simbol nasional dan sarana komunikasi yang efektif dalam membangun hubungan internasional. Dengan mengembangkan batik, Indonesia berusaha menunjukkan citra sebagai negara yang inovatif, toleran, dan kaya akan budaya.

Seiring dengan perkembangan globalisasi, diplomasi tidak lagi terbatas pada hubungan politik dan ekonomi semata, melainkan juga mencakup ranah kebudayaan yang dikenal dengan istilah *cultural diplomacy*. Dalam hal ini, batik menjadi salah satu instrumen penting dalam diplomasi budaya Indonesia. Pemerintah sering memanfaatkannya dalam berbagai forum internasional seperti konferensi, pertemuan kenegaraan, maupun pameran budaya. Sementara itu, pelaku industri kreatif dan diaspora Indonesia turut memperkenalkan batik melalui ajang mode, kolaborasi lintas budaya, hingga kegiatan edukatif di luar negeri. Daya tarik visual serta makna simbolik yang dimilikinya menjadikan batik sebagai bentuk *soft power* yang mampu menyampaikan nilai-nilai Indonesia dengan cara yang damai, elegan, dan universal.

Lebih dari sekadar kain bermotif, batik mengandung nilai filosofis yang menunjukkan cara orang melihat alam, hubungan antarmanusia, dan kehidupan. Setiap motif batik memiliki arti tertentu. Misalnya, motif parang menunjukkan keberanian dan keteguhan, atau motif kawung menunjukkan keberanian dan kesucian (Wahyuni et al., 2024). Keanekaragaman makna batik menunjukkan bahwa itu bukan hanya busana tetapi juga alat untuk menyampaikan pesan moral dan budaya (Hakim, 2018). Adanya keberagaman motif batik, di antara ragam batik Nusantara, Batik Mega Mendung dari Cirebon memiliki kekhasan tersendiri yang memiliki perpaduan antara unsur Islam dan Cina.

Komunikasi Verbal dan Nonverbal menurut Liliweri (2022) bahwa warna merupakan simbol komunikasi nonverbal yang dapat memberikan pesan tertentu kepada orang lain. Variasi warna yang kacau atas pakaian, warna dinding, dan perabot rumah tangga yang memberikan kesan akan pribadi yang kecanduan tidak bisa diatur. Kekhasan mega mendung tidak hanya dari motif awan dengan warna tegas, tetapi juga filosofinya. Dalam sejarahnya Sunan Gunung Jati menyebarkan agama Islam di Cirebon pada abad ke-16. Benda-benda seni yang dibawa dari Cina seperti keramik, piring dan kain berhiaskan bentuk awan. Ini berhubungan dengan paham taoisme yang berasal dari Cina bahwa awan adalah lambang dari dunia atas, dunia yang luas dan juga transedental (ketuhanan). Menurut Kudiya (2025) motif mega mendung memiliki tatanan warna yang berlapis-lapis yang terdiri dari lima hingga tujuh lapis warna yang memiliki makna yaitu angka lima adalah rukun islam dan angka tujuh adalah langit yang pernah dilalui nabi Muhammad SAW pada peristiwa isra' mi'raj.

Jadi batik Mega mendung tidak hanya dalam estetika visualnya tetapi juga dalam nilai filosofis yang terkandung di dalamnya. Motif awan bergaris yang menjadi ciri khasnya seringkali diinterpretasikan sebagai simbol ketenangan, kebijaksanaan, dan harapan, mencerminkan bagaimana sebuah karya seni dapat mentransmisikan pesan-pesan mendalam tanpa kata-kata. Ini menegaskan peran batik, khususnya Batik Mega Mendung, sebagai bentuk komunikasi non verbal yang memiliki pengaruh kuat.

Pemahaman mengenai makna simbolik dalam konteks kontemporer, suatu objek budaya seperti Batik Mega Mendung menjadi krusial. Seringkali, masyarakat umum, bahkan para pengguna batik, hanya terpaku pada keindahan visualnya tanpa menggali lebih jauh nilai-nilai filosofis yang dijunjung. Edukasi yang memadai mengenai karakteristik dan filosofi di balik motif batik, seperti Mega Mendung, sangat penting untuk menumbuhkan apresiasi yang lebih utuh dan pemahaman yang lebih mendalam. Hal ini berlaku tidak hanya bagi pelestari budaya, tetapi juga bagi individu yang mengintegrasikan elemen budaya tersebut ke dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam membangun identitas diri dan citra publik.

Personal branding, sebuah konsep yang semakin relevan di era digital, merujuk pada cara individu mengelola persepsi publik terhadap dirinya. Penggunaan atribut budaya, seperti busana bermakna, dapat menjadi strategi efektif dalam membangun personal branding yang kuat dan otentik. Ketika seseorang mengenakan Batik Mega Mendung, ia tidak hanya menampilkan estetika, tetapi juga secara tidak langsung mengkomunikasikan nilai-nilai yang diasosiasikan dengan motif tersebut, seperti ketenangan, kedalaman makna, atau apresiasi terhadap warisan budaya. Bagaimana pemahaman dan penyerapan makna simbolik ini memengaruhi cara anggota komunitas memproyeksikan diri mereka sendiri melalui busana yang mereka kenakan menjadi sebuah ranah penelitian yang menarik.

Di sinilah peran komunitas menjadi vital. Komunitas Cinta Berkain Indonesia (KCBI) hadir sebagai wadah yang secara aktif memfasilitasi edukasi dan apresiasi terhadap batik. KCBI berfungsi sebagai ruang komunikasi yang memungkinkan anggotanya untuk saling berbagi pengetahuan, termasuk mengenai karakteristik dan nilai-nilai filosofis dari berbagai jenis batik, seperti Mega Mendung. Melalui interaksi dan pembelajaran dalam

komunitas, anggota diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam, yang kemudian dapat diintegrasikan dalam cara mereka menampilkan diri di hadapan publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana edukasi mengenai makna simbolik Batik Mega Mendung yang diperoleh anggota KCBI, melalui medium komunikasi non verbal yang diwakilinya, berkontribusi pada pembentukan personal branding mereka ketika mengenakan batik tersebut. Dengan demikian, penelitian ini akan menggali hubungan antara pemahaman filosofi batik, komunikasi non verbalnya, dan manifestasinya dalam personal branding individu dalam konteks komunitas yang peduli terhadap pelestarian batik.

Kebaruan penelitian ini adalah bagaimana makna batik sebagai simbol komunikasi di lingkungan organisasi yaitu Komunitas Cinta Berkain Indonesia yang terletak pada pergeseran fokus dari sekadar warisan budaya lokal menjadi instrumen komunikasi manajerial dan budaya organisasi modern. Selain itu Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada analisis semiotika motif tradisional dalam ranah kebudayaan umum sehingga Celah kebaruan (research gap) dapat dialokasikan pada beberapa sudut pandang dengan membedah batik bukan sekadar fashion, melainkan sebagai kode visual (visual code) atau register non-verbal yang menyampaikan pesan formalitas, duka, atau hirarki tanpa perlu diucapkan secara verbal dalam interaksi.

Research gap peneliti sebelumnya yang dilakukan A'yun et al. (2020) yang memfokuskan pada mendeskripsikan perwujudan motif batik Mega Mendung, serta mendeskripsikan elemen-elemen desain yang termuat dalam motif Batik Mega Mendung. Sementara penelitian Nababan (2021) yang melakukan analisis semiotika khususnya dengan menggunakan konsep Saussure dan Peirce pada batik mega mendung sebagai bahasa seni rupa yang khas dalam batik, serta memiliki struktur sintagmatik dan paradigmatis secara visual.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna Batik Mega Mendung sebagai simbol komunikasi non verbal dalam Komunitas Cinta Berkain Indonesia Adapun pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: bagaimana makna Batik Mega Mendung sebagai simbol komunikasi non verbal pada anggota Komunitas Cinta Berkain Indonesia.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif dapat mengungkap dan mendeskripsikan atau menjelaskan sebuah peristiwa sehingga dapat diketahui keadaan sebenarnya. Menurut Moleong (2018), Metode kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll. Secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Teknik pengumpulan data adalah cara atau metode yang digunakan untuk memperoleh data penelitian (Sugiyono, 2020). Teknik penumpukan data melalui observasi penggunaan pola batik dengan mengikuti kegiatan anggota KCBI di beberapa kegiatan baik di lingkungan organisasi KCBI maupun di luar bersama masyarakat. Hal itu peneliti

gunakan dalam menyusun hasil dan pembahasan mengenai penelitian ini. wawancara mendalam (*in-depth interview*) untuk memperoleh informasi dengan cara tanya jawab yang dilakukan oleh peneliti kepada narasumber yang telah ditetapkan seputar hal yang akan diteliti yaitu sejarah batik mega mendung, pemahaman komunikasi non verbal pada motif batik, kesan batik mega mendung saat digunakan.

Selanjutnya dokumentasi yang dikumpulkan berupa rekaman hasil wawancara dengan nara sumber. Data dokumentasi lainnya berupa foto kegiatan pada saat penulis melakukan wawancara dengan nara sumber dan foto kegiatan yang di laksanakan KCBI baik kegiatan di sekretariat maupun kegiatan di luar bersama masyarakat.

Strategi keabsahan data menggunakan Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2023).

Setelah peneliti memasuki objek penelitian yang berupa situasi sosial yang melibatkan tempat, pelaku, dan aktivitas. Penelitian menggunakan teknik analisis data lapangan model Miles dan Huberman, yang mana mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Moleong, 2018). Analisis data model ini terdiri dari data collection, data reduction, data display dan conclusion drawing/verification. Pada tahap pengodean data lapangan didapatkan dari transkrip wawancara, catatan lapangan (*fieldnotes*) dengan menerapkan kode pada motif-motif yang disesuaikan dengan kegiatan. Pada pembentukan kategori dilakukan dengan pemahaman secara tidak tertulis mengenai motif batik yang akan digunakan dalam berbagai kegiatan. Selanjutnya pemahaman komunikasi nonverbal yang tidak hanya dipancarkan oleh gambar pada kain, tetapi juga pada modifikasi fisik kain seperti pada lipatan kain.

3. Hasil dan Pembahasan

Teori etnografi digunakan sebagai landasan penelitian ini, teori etnografi komunikasi dengan pendekatan model SPEAKING dari Dell Hymes yang digunakan pada Komunitas Cinta Berkain Indonesia untuk membedah bagaimana kain batik tidak sekadar menjadi pakaian, melainkan sebuah sistem bahasa dan media komunikasi budaya yang hidup di masyarakat. Berlandaskan komponen SPEAKING penulis melakukan wawancara mengenai makna batik mega mendung sebagai simbol komunikasi nonverbal.

1. S (Setting): Lokasi/Suasana

Komponen S atau setting dan scene berkaitan dengan konteks lokasi dalam hal ini asal muasal batik mega mendung, yang berasal dari Cirebon. Menurut hasil wawancara dengan pendapat ahli Bapak Dr. H. Komarudin Kudiya, S.IP., M.Ds. selaku Ketua Umum Asosiasi Perajin dan Pengusaha Batik Indonesia,

“Batik Cirebon memiliki beberapa keunggulan spesifik yang tidak dimiliki oleh perajin batik di kota lainnya, Batik Cirebon tidak terlepas dari masuknya Islam di Cirebon”.

Selanjutnya Bapak Komar menyampaikan bahwa motif Mega Mendung klasik telah ada sejak abad ke 14 atau sekitar tahun 1400, pada motif Mega Mendung klasik tidak terdapat kombinasi motif. Motif Mega Mendung klasik ini milik Keraton Kanoman yang

tersimpan di Sanggar Batik Katura untuk direproduksi. Motif Mega Mendung memiliki 2 gradasi warna biru pada motif dan latar kain berwarna merah ati, mengandung makna sebagai pemberi hujan, karena awan mendung yang dinanti-nantikan memberi hujan sebagai anugrah. Mega Mendung klasik mempunyai karakteristik tersendiri yaitu bentuknya seperti Mega tetapi pada saat membuat melihat mega itu dari air bukan dari langit.

2. P (Participant): Pelaku

Komponen participant sebagai bagian dari teori etnografi yang dikemukakan Hymes dalam batik mega mendung berakitan dengan peran terciptanya batik mega mendung, menurut pendapat Ibu Hj Yeyen selaku ketua Komunitas Cinta Berkain Indonesia Cabang Bandung bahwa menyatakan

“menurut tradisi lisan masyarakat keraton Cirebon, bahwa motif mega mendung dan wadsan tercipta dari suatu keadaan ketika Pangeran Cakrabuana yaitu pendiri Cirebon, melihat bayangan mega di kolam tempat beliau akan berwudlu. Melihat bayangan mega mendung yang selalu bergerak tanpa henti, namun pada pusat mega mendung itu terdapat pusat pemberhentian sementara yaitu klungsu, yang kalau diinterpretasikan sekarang adalah mirip dengan koma, bukan titik”.

Klungsu adalah nama dari biji buah asem. Nama lain klungsu adalah lungse, lungse adalah balungane yaitu kerangka atau skeleton, maka arti simbolisnya adalah ibadah harus terus-menerus atau tidak boleh terputus supaya tidak kelungse (terlanjur). Apabila lungse tidak dilanjutkan, maka pewarnaan unsur mega mendung maupun wadsan, baik pada batik maupun lukis kaca, akan gagal. Sementara menurut pendapat Bapak Komar masyarakat Cirebon boleh bersyukur dengan memiliki keraton yang melahirkan beberapa motif-motif batik dan memiliki makna simbolik yang cukup tinggi. Disamping khasanah batik keraton, perajin batik Cirebon juga dipengaruhi oleh tradisi batik Pesisiran yang corak ragam hiasnya jauh berbeda dengan batik Keraton, namun tetap memiliki ciri khas berupa bentuk-bentuk ragam hias serta paduan warna yang cerah dengan latar atau warna dasar yang lebih muda dibandingkan dengan bentuk ragam hiasnya.

3. E (Ends): Tujuan

Pada aspek *Ends* ini memperjelas tujuan makna komunikasi pada batik mega mendung berdasarkan informasi yang disampaikan bahwa makna dari komunikasi batik mega mendung kaya akan makna filosofis, kultural, dan spiritual dengan tujuannya mengungkapkan bahwa penggunaan batik bertujuan untuk melestarikan budaya, memperkuat identitas daerah, menyampaikan nilai-nilai kehidupan, serta mengenalkan warisan budaya kepada masyarakat luas. tujuan komunikasi yang ingin dicapai melalui pemakaian motif batik tertentu, Ibu Hj Lasmidara selaku anggota Komunitas Cinta Berkain Indonesia menjelaskan:

“tujuan komunikasi yang ingin dicapai melalui pemakaian motif batik mega mendung ini adalah untuk menyampaikan makna, terus menyampaikan nilai, identitas, dan pesan budaya pada batik itu kepada masyarakat melalui simbol-simbol visual yang terkandung dalam motif tersebut. Kan tiap batik itu beda-beda motif dan gambarnya...batik mega mendung pun demikian, kalau di KCBI kan penggunaan batik itu beda-beda yaa...kaya batik tapak kebo itu batik baduy ya.. disampaikan melalui simbol-simbol visual, jadi si pembatik berupaya menyampaikan identitas budaya

Baduy kepada masyarakat luas sekaligus memperkuat upaya pelestarian budaya di tengah perkembangan zaman”.

Hal ini diperjelas lebih lanjut oleh Bapak Komar bahwa tujuan komunikasi yang ingin dicapai diantaranya menyampaikan identitas budaya Cirebon sebagai media komunikasi estetis dimana melalui perpaduan bentuk, warna, dan komposisi, motif batik menyampaikan pesan secara visual sehingga dapat dinikmati sekaligus dipahami oleh masyarakat.

4. A (Act Sequence) Urutan Tindakan

Selanjutnya komponen Act Sequence yang dikemukakan pada teori etnografi model Dell Hymes diantaranya menjelaskan peristiwa tutur yang sedang berlangsung. Mencakup tahap-tahap pemakaian kain, tata krama, hingga makna dibalik urutan pemakaian motif batik sesuai dengan adat atau acara tertentu. Berkaitan hal ini penulis menanyakan kepada Ibu Hj Lasmidara bagaimana secara tersirat proses komunikasi ketika kain batik mega mendung digunakan. Menurut beliau

“Berdasarkan pengalaman pribadi, ketika batik Megamendung saya gunakan, suasana yang muncul cenderung tenang, anggun, dan penuh percaya diri. Bentuk awan yang berlapis memberi kesan teduh, tetapi warna-warnanya juga dapat menghadirkan semangat yang kuat dan dinamis. Secara emosional, motif ini mencerminkan pengendalian diri, kesabaran, dan kemampuan menghadapi perubahan. Mungkin bagi pemakai lainnya, motif batik tulis Megamendung dapat menumbuhkan rasa bangga terhadap budaya sekaligus menghadirkan energi positif. Bagi orang yang melihatnya, motif tersebut menyampaikan kesan berwibawa, ramah, terbuka, dan menyejukkan dalam interaksi sosial.

Sebagaimana disebutkan sebelumnya bahwa Batik Mega Mendung kaya akan makna filosofis, kultural, dan spiritual. Secara harfiah, mega berarti awan dan mendung berarti langit yang redup/gelap menandakan akan “turun hujan. Motif ini melambangkan pentingnya kesabaran, ketenangan, dan kemampuan mengendalikan amarah. Sehingga pada saat menggunakan batik mega mendung diharapkan tidak mudah emosi atau terprovokasi, melainkan mampu menahan diri bagaikan awan mendung yang menahan air sebelum melimpahkannya ke bumi.

5. K (Key): Nada atau cara penyampaian

Komponen Key berkaitan dengan suasana, semangat, atau nada emosional saat batik dikenakan. Hal ini pun dijelaskan oleh Ibu Hj Yeyen ketika ditanyakan proses komunikasi

“ketika kain batik mega mendung digunakan, maka penggunaan batik tulis motif Megamendung dapat menjadi bagian penting dalam membangun personal branding anggota Komunitas Cinta Berkain Indonesia Cabang Bandung. Dalam perspektif ilmu komunikasi, pakaian bukan hanya berfungsi sebagai penutup tubuh, tetapi juga sebagai media komunikasi nonverbal yang menyampaikan identitas, nilai, selera, sikap, dan kepribadian pemakainya”.

Lebih lanjutnya ketika anggota komunitas mengenakan batik tulis Megamendung secara konsisten dalam berbagai kegiatan, masyarakat dapat menangkap pesan tentang kecintaan terhadap budaya, kebanggaan terhadap produk tradisional, serta komitmen dalam melestarikan warisan batik Indonesia.

6. I (Instrumentalities): Sarana

Komponen instrumentalitas merupakan salah satu komponen yang dikemukakan Dell Hymes mengenai sarana, motif, corak, warna atau teknik pembuatan batik. Seiring perkembangan jaman motif batik Mega mendung mengalami perubahan sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Hj Lasmidara.

“sebetulnya perkembangan dasar-dasar desain motif mega mendung ada penambahan bentuk, penciptaan, memperkaya, menyederhanakan tetapi tidak mengurangi dan meninggalkan nilai-nilai dasar yang ada pada motif sebelumnya ya.. dan perkembangan desain pada motif Mega Mendung tentunya tidak terlepas dari kreatifitas seorang desainer . Di Komunitas Cinta Berkain Indonesia juga ada desainer yang memang menjadi kunci dari bertahannya motif Mega Mendung ini. Ornamen dari Mega Mendung ini tetap dasarnya masih mempertahankan ciri khasnya, kalo peambahan biasanya hanya pada padu padan ornamen di kain batik”.

Berdasarkan pendapat tersebut perkembangan desain pada motif batik yang terjadi pada umumnya berdasarkan penulusuran pasar yaitu trend pasar yang sedang berkembang atau diminati dan lebih khusus lagi perkembangan desain yang dilakukan atas desain pesanan konsumen yang biasanya telah memiliki desain sendiri.

7. N (Norms): Norma

Norms atau norma pada komponen model yang dikemukakan Dell Heyes yang berkaitan dengan batik, maka norma tersebut merupakan aturan atau pedoman yang mengatur penggunaan, pembuatan, dan pelestarian batik sebagai warisan budaya. Ketika ditanyakan mengenai norma yang berkaitan dengan batik menurut Bapak Komar

“norma pada batik mega mendung merupakan seperangkat nilai, aturan, dan etika yang tercermin dalam motif, warna, serta penggunaannya. Norma tersebut mengajarkan penghormatan terhadap budaya, pelestarian tradisi, kesopanan, keharmonisan dengan alam, dan penghargaan terhadap identitas masyarakat yang melahirkan motif batik tersebut. sebagai contoh pada kain batik tulis Megamendung itu dapat digunakan sebagai mediator atau media komunikasi politik, tetapi bukan sebagai alat politik dalam arti sempit. Dalam ilmu komunikasi politik, simbol budaya dapat menyampaikan identitas, nilai, kedekatan dengan masyarakat, serta pesan tentang nasionalisme dan pelestarian tradisi. Ketika tokoh politik memakai batik Megamendung dalam kegiatan publik dan kegiatan politik, busana batik tulis megamendung tersebut dapat membentuk citra tertentu, misalnya merakyat, menghargai budaya, tenang, dan berwibawa, serta yang pasti bisa mewakili dari suatu daerah tertentu khususnya Cirebon Jawa Barat Indonesia”

Berdasarkan pendapat ahli tersebut norma batik mega mendung mengajarkan penghormatan terhadap budaya, pelestarian tradisi, kesopanan, keharmonisan dengan alam, dan penghargaan terhadap identitas masyarakat bahkan dapat dijadikan alat politik.

8. G (Genre): Bentuk Wujud

Pada teori SPEAKING, genre mengacu pada jenis atau bentuk komunikasi yang diakui dalam suatu budaya. Dalam konteks batik, genre berarti batik sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang menyampaikan pesan budaya melalui simbol, motif, warna, dan pola visual. Menurut pendapat Ibu Hj Yeyen :

"Ya, batik merupakan media komunikasi nonverbal karena melalui motif, warna, dan bentuknya, batik dapat menyampaikan pesan tanpa menggunakan kata-kata. Orang yang

memahami filosofi batik seperti di Komunitas Cinta Berkain Indonesia ini hampir semuanya mengetahui nilai atau makna yang ingin disampaikan oleh pembuat maupun pemakainya”.

Hal ini menunjukkan setiap motif batik berisikan informasi, pesan yang disampaikan secara nonverbal yang dapat dipahami bagi kalangan anggota komunitas cinta berkain.

Pembahasan

Hasil penelitian mengenai Makna Batik Mega Mendung Sebagai Simbol Komunikasi Nonverbal Dalam Komunitas Cinta Berkain Indonesia dipaparkan berdasarkan landasan teori yang dikemukakan Dell Hymes yaitu model SPEAKING. Pada Komunitas Cinta Berkain Indonesia dalam memahami bahasa tubuh batik (*artfactual kinesics*). Mereka tahu betul perbedaan makna antara arah jatuh lipatan wiron (membuka untuk pesta, menutup untuk duka cita) serta memahami gestur kesopanan yang terpancar dari cara kain digunakan.

Perbedaan latar belakang individu memengaruhi bagaimana suatu simbol nonverbal pada kain batik mega mendung diserap, ditafsirkan, dan dimaknai. Dalam ilmu komunikasi, batik bukan sekadar objek statis, melainkan pesan dinamis yang pemaknaannya sangat bergantung pada pengalaman dan acuan pembaca simbol tersebut.

Generasi senior cenderung memandang batik mega mendung sebagai artefak sakral yang terikat ketat oleh norma tradisi, aturan adat, dan tata cara pemakaian (*pakem*). Sedangkan generasi muda Memaknai batik sebagai elemen *fashion*, identitas gaya hidup (*lifestyle*), dan media ekspresi diri yang fleksibel. Mereka tidak ragu memadukan batik dengan *sneakers* atau memotong kain menjadi pakaian kasual tanpa terbebani aturan adat yang kaku.

Pada segi pandangan budaya memaknai batik sebagai simbol keterbukaan, akulturasi (perpaduan budaya Jawa, Cina, Arab, dan Eropa), serta dinamika ekonomi masyarakat pesisir yang diwakili oleh warna-warna cerah dan eksplosif.

1. S (Setting)

Menurut Nurgiyantoro, (2018) latar atau setting adalah tempat dimana terjadinya suatu peristiwa yang berhubungan dengan kehidupan sosial maupun antar sejarah manusia. Pada komponen setting berdasarkan hasil wawancara asal muasal batik mega mendung berasal dari Cirebon yang sudah ada sejak abad ke 14 ditandai dengan sejarah masuknya Islam di Cirebon. Motif mega mendung yang dahulu hanya digunakan oleh kalangan keraton dan kerajaan saja, seiring dengan perkembangannya motif Mega Mendung ini digunakan oleh berbagai kalangan. Gambar motifnya juga kini lebih bebas, melambangkan kehidupan masyarakat pesisir yang egaliter, seperti gambar flora dan fauna yang memikat. Pengaruh ini diakibatkan dengan letak geografis Cirebon yang ada di kawasan pantai utara, sehingga motif Mega Mendung asal Cirebon ini disebut motif Pesisiran. Selain itu, secara lebih spesifik pengaruh kebudayaan Cina pada motif Mega Mendung sangat terlihat, bangsa Cina memberikan warna lain terhadap motif Mega Mendung.

2. P (Participant)

Partisipan sebagai keterlibatan seseorang secara sadar ke dalam interaksi sosial dalam situasi tertentu. Dengan pengertian itu, seseorang bisa berpartisipasi bila ia menemukan dirinya dengan atau dalam kelompok, melalui berbagai proses berbagi

dengan orang lain dalam hal nilai, tradisi, perasaan, kesetiaan, kepatuhan dan tanggungjawab bersama.

3. E (Ends)

Aspek ini merujuk pada hasil atau tujuan komunikasi. Hymes menyoroti pentingnya memahami mengapa komunikasi terjadi dan apa yang ingin dicapai melalui interaksi tersebut. Berdasarkan hasil wawancara bahwa kain batik mega Mendung dengan motifnya itu adalah media komunikasi budaya yang menyampaikan pesan tentang regulasi diri, adaptasi, dan kepemimpinan. Nama mega mendung secara komunikatif adalah pesan non-verbal tentang pengendalian diri. Bentuk Mega Mendung dilihat dari garis lengkung yang beraturan secara teratur dari bentuk garis lengkung yang paling dalam (mengecil) kemudian melebar keluar (membesar) menunjukkan gerak yang teratur.

4. A (Act Sequence)

Berdasarkan hasil wawancara berkaitan dengan aspek act sequence yaitu proses komunikasi ketika kain mega mendung digunakan, hal ini berkaitan dengan kebiasaan pribadi dimana pada saat batik Megamendung digunakan, suasana yang muncul cenderung tenang, anggun, dan penuh percaya diri. Bentuk awan yang berlapis memberi kesan teduh, tetapi warna-warnanya juga dapat menghadirkan semangat yang kuat dan dinamis. Motif Megamendung relatif terbuka digunakan oleh berbagai kalangan, tetapi pemakainya tetap perlu memahami maknanya. Bentuk awan berlapis melambangkan keteduhan, kesabaran, dan kemampuan mengendalikan emosi. Hal ini mendukung pendapat (Mulyana, 2023), Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama, jadi secara garis besarnya, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian.

5. K (Key)

Pada komponen key merupakan suasana, semangat dan emosional pada saat menggunakan kain batik pada anggota Komunitas Cinta Berkain Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara bahwa penggunaan batik tulis motif Megamendung dapat menjadi bagian penting dalam membangun personal branding anggota Komunitas Cinta Berkain Indonesia Cabang Bandung. Hal ini diperkuat dengan pendapat Azizah et al., (2025) menggunakan batik merupakan wujud kebanggaan, rasa memiliki, penghormatan, dan kesetiaan yang mendalam kepada tanah air, sikap cinta tanah air dapat dibangun dengan memperkenalkan nilai-nilai budaya, berbagi pengetahuan tentang warisan bangsa, serta menunjukkan apresiasi terhadap keunikan bangsa sendiri. Rasa bangga terhadap negeri dapat diwujudkan melalui pelestarian budaya lokal.

6. I (Instrumentalities)

Komponen ini merupakan sarana, motif warna dan teknik membatik. Berkaitan dengan era perkembangan saat ini terdapat perubahan batik mega mendung. Berdasarkan hasil wawancara bahwa perkembangan dasar-dasar desain motif mega mendung ada penambahan bentuk, penciptaan, memperkaya, menyederhanakan tetapi tidak mengurangi dan meninggalkan nilai-nilai dasar yang ada pada motif sebelumnya. Globalisasi dan perkembangan industri kreatif telah menciptakan tantangan sekaligus peluang bagi pelestarian budaya lokal, termasuk batik. Di satu sisi, globalisasi dapat mengikis nilai-nilai lokal karena adanya homogenisasi budaya. Namun, di sisi lain, era ini

juga menyediakan ruang bagi budaya lokal untuk tampil dalam panggung global melalui inovasi, kolaborasi, dan pemanfaatan teknologi semaksimal mungkin. Sehingga terjadi revitalisasi batik tidak hanya berkaitan dengan pelestarian motif dan teknik, tetapi juga menyangkut pembaruan dalam konteks desain, pemasaran, serta peran pelaku industri kreatif.

7. N (Norms)

Komponen norms atau norma pada batik mega mendukung berdasarkan hasil wawancara merupakan seperangkat nilai, aturan, dan etika yang tercermin dalam motif, warna, serta penggunaannya. Norma tersebut mengajarkan penghormatan terhadap budaya, pelestarian tradisi, kesopanan, keharmonisan dengan alam, dan penghargaan terhadap identitas masyarakat yang melahirkan motif batik tersebut.

8. G (Genre)

Genre dalam konteks batik sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang menyampaikan pesan budaya melalui simbol, motif, warna, dan pola visual. Berdasarkan hasil wawancara batik merupakan media komunikasi nonverbal karena melalui motif, warna, dan bentuknya, batik dapat menyampaikan pesan tanpa menggunakan kata-kata. Orang yang memahami filosofi batik seperti di Komunitas Cinta Berkain Indonesia hampir semuanya mengetahui nilai atau makna yang ingin disampaikan oleh pembuat maupun pemakainya. Pembuat batik memiliki rasa emosional pada saat pembuatan batik, hal dipekuat pendapat Rahmiawan et al., (2024) terapi seni akan banyak melibatkan kreatifitas dalam penciptaan karya seninya. Melalui aktifitas seni individu akan berkomunikasi serta mengeksplorasi pikiran, perasaan, keyakinan serta pengalamannya.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Makna Batik Mega Mendung Sebagai Simbol Komunikasi Nonverbal Dalam Komunitas Cinta Berkain Indonesia Cabang Bandung maka dapat disimpulkan bahwa anggota Komunitas Cinta Berkain Indonesia Cabang Bandung memahami makna batik tidak hanya berfungsi sebagai karya seni atau pakaian tradisional, tetapi juga sebagai media komunikasi nonverbal yang mengandung nilai-nilai budaya, sosial, dan filosofis. Setiap motif, warna, dan unsur visual pada batik merepresentasikan pesan yang diwariskan dari generasi ke generasi sebagai bagian dari identitas budaya masyarakat.

implikasi praktis perlu adanya program edukasi motif dan filosofi batik dalam kegiatan komunitas, sekolah, atau promosi budaya, memberikan informasi melalui media sosial (TikTok, Instagram, YouTube) untuk membuat konten berkain sambil menyelipkan narasi sejarah/makna motif batik secara singkat. Bagi peneliti lain disarankan menggunakan teori Charles Sanders Peirce atau Roland Barthes. Implikasi penelitian membuktikan bahwa motif batik mega mendukung bukan sekadar desain visual, melainkan sebuah sistem bahasa sandi yang menyampaikan pesan mendalam tentang filsafat hidup, emosi, dan status sosial masyarakat khususnya di Cirebon. Keterbatasan penelitian terbatasnya informan yang memahami batik mega mendukung, serta penelitian di batasi

hanya pada satu kelompok saja, maka sebaiknya dapat dilakukan pada beberapa kelompok atau organisasi sehingga pemahamannya lebih luas.

5. Daftar Pustaka

- A'yun, D. Q., Tanzil, M. Y., & Julia, F. R. (2020). Pengaplikasian Elemen Desain Pada Motif Batik Mega Mendung. *Seminar Nasional Envisi 2020 Industri Kreatif*.
- Azizah, E. N., Erlando, E., Nadiroh, E. L., Anindya, F. D., Samudro, H. B., & Turhadi, H. Q. (2025). Batik Sebagai Representasi Identitas Nasional Dalam Perspektif Gen Z. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2(1). <https://doi.org/Doi: 10.56842>
- Fattah, M. S., Faqih, K. A., & Purnawirawan, O. (2023). *Systematic Literature Review: The Influence of Regional Geographic Conditions on The Variety of Regional Batik Motif Patterns*. 1–15. <https://proceeding.batik.go.id>
- Hakim, L. M. (2018). Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia. *Nation State: Journal of International Studies*, 1(1), 61–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.24076/NSJIS.2018v1i1.90>
- Kudiya, K. (2025). Batik Makna dan Jiwa. *Universitas Muhammadiyah Bandung*.
- Laksitarini, N., & Purnomo, A. D. (2021). Penerapan Ragam Hias Batik Pecah Kopi Pada Interior Hotel Berkonsep Modern Sebagai Representasi Identitas Budaya Lokal Jawa Barat. *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, 4, 210-215. <https://doi.org/https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/572>
- Liliweri, A. (2022). *Komunikasi Nonverbal: Mengenal Bahasa Tubuh Dasar*. Refika Aditama.
- Moleong, L. J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (cetakan ke). Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2023). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (edisi revi). Remaja Rosda Karya.
- Nababan, R. (2021). Parole, Sintagmatik, dan Paradigmatik Motif Batik Mega Mendung. *Jurnal Seni & Budaya Panggung*, 22(2), 181–191.
- Nurchahyanti, D., Sachari, A., & Destiarmand, A. H. (2020). Peran Kearifan Lokal Masyarakat Jawa Untuk Melestarikan Batik Tradisi di Girilayu, Karanganyar, Indonesia. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 35(2), 145–153. <https://doi.org/10.31091/mudra.v35i2.816>
- Nurdiyantoro, B. (2018). *Teori pengkajian fiksi*. UGM press.
- Raditya, P., & Purwanto. (2023). Analisis Bentuk Estetik Dan Makna Simbolik Motif Batik Khas Wonosobo Sebagai Busana Identitas Daerah. *Eduarts: Jurnal Pendidikan Seni*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eduart>
- Rahmiawan, N. A., Khusumadewi, A., Purwoko, B., & Winingsih, E. (2024). Teknik Art Therapy “Membatik” Untuk Meningkatkan Kecerdasan Emosional Peserta Didik Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Administrasi Pendidikan & Konseling Pendidikan: JAPKP*, 5(2).
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan). In *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta CV.
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke). ALFABETA, cv.

- Suparti, T., & Umam, K. (2023). Telusur Sejarah Motif Batik Pada Lomar Baduy. *Jurnal Pendidikan Seni Dan Industri Kreatif Sendikraf*, 4, 1–13.
<https://doi.org/https://doi.org/10.70571/psik.v4i2.69>
- Susanto, S. (2018). *Seni Batik Indonesia*. Andy Offset.
- Wahyuni, I. R., Ephendi, R. A. P., & Salsabila, S. (2024). *Diplomasi Kebudayaan Indonesia Melalui Promosi Batik Sebagai Alat Softpower di Dunia Internasional*. Universitas Lampung.
- Wulandari, A. (2022). *Batik Nusantara: Makna Filosofis, Cara Pembuatan, dan Industri Batik*. Andy Offset.
- Yulianita, C., & Sukendro, G. G. (2019). Corak Batik dan Perilaku Komunikasi (Analisis Motif Batik Jogja dan Batik Solo). *Koneksi*, 3(1), 244.
<https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6216>