

# KEMUNCULAN IDENTITAS KELOMPOK DALAM INDUSTRI KAOS DABLONGAN BANYUMASAN

NENY MARLINA<sup>1</sup>

## ABSTRACT

*The title of the research is “the emergence of collective identity in Dablongan Banyumasan shirt industry.” The location of the research was in Banyumas Regency of Central Java Province, with the objective of describing the emergence of collective identity through local shirt industry particularly Banyumasan special shirt of Dablongan. The politic of identity in the research would not be seen as threat, but on the contrary it is considered as opportunity in social harmonization as well as the chance to display the products of creative industries. The method of research is qualitative research method and the informan withdrawal is based on purposing sampling. The data are coming from primary data and secondary data. Data primer are gained from depth interview and observation, while secondary data are collected from documentation. The emergence of raising cultural identity through language, picture, and other designs local shirt to resurface the basic local characteristic gives positive impacts as well as the negatives. The resurgence of collective identity who are proud of their local culture gives positives influence on the existence of the local cultures in Indonesia. Nevertheless, if the sense of locality is too much, it will create contested identity with other local identities along with the forsaking of the idea that local identities are actually parts of national identity. Creative industry needs three primary actors, government, business, and intellectuals to drive the industry stay in its lane. Government needs to give guidelines and appreciation toward creative industry which able to compete to the foreign culture. The business is needed to manage the fiscal as well as the marketing of creative industry, and the intellectuals are needed to give deeper understanding on the local culture which become business opportunity but do not threat the existence of other local cultures.*

**Keywords:** *Politic of identity, creative industry, culture*

---

<sup>1</sup> Email: [marlina.neny2011@gmail.com](mailto:marlina.neny2011@gmail.com)

## **A. Pendahuluan**

Indonesia turut andil dalam persaingan pasar global terlebih lagi karena menjadi bagian dari masyarakat Ekonomi ASEAN. Hal yang mulai digalakkan dalam persaingan produksi dengan pasar dunia adalah dengan mendorong lahirnya inovasi dan kreativitas di kalangan industri yang biasa dikenal dengan industri kreatif. Walaupun tidak menghasilkan produk dalam jumlah banyak, industri kreatif mampu memberikan kontribusi positif yang cukup signifikan terhadap perekonomian nasional. Departemen Perdagangan (2008) mencatat bahwa kontribusi industri kreatif terhadap PDB di tahun 2002 hingga 2006 rata-rata mencapai 6,3% atau setara dengan 152,5 trilyun jika dirupiahkan. Industri kreatif juga sanggup menyerap tenaga kerja hingga 5,4 juta dengan tingkat partisipasi 5,8%. Dari segi ekspor, industri kreatif telah membukukan total ekspor 10,6% antara tahun 2002 hingga 2006.

Kehadiran industri kreatif ini sudah mengalami pertumbuhan dengan beragam bidang di semua daerah di

Indonesia. Salah satu alasan dari pengembangan industri kreatif adalah adanya dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan sosial, iklim bisnis, peningkatan ekonomi, dan juga berdampak pada citra suatu kawasan tersebut. Sektor ekonomi kreatif yang banyak mengambil bagian dalam pasar industri adalah fashion. Fashion khas yang paling mudah ditemui di setiap daerah adalah keberadaan industri kaos. Kaos merupakan bagian dalam industri kreatif bagian fashion. Dalam industri kaos, kehadiran kaos kedaerahan adalah salah satu bentuk inovasi yang mengusung tema kebudayaan setempat seperti kaos Joger di Bali, Dagadu di Jogja, dan lain sebagainya. Kaos kedaerahan dibuat sebagai keterwakilan dan ideografis.

Kaos khas kedaerahan ini bukan hanya memberikan kontribusi secara ekonomi kepada para pelaku usahanya tetapi juga memuat tentang keberadaan identitas kolektif. Identitas bisa diproduksi melalui representasi yang merupakan sebuah sistem simbolik.

Representasi bisa dalam berbagai bentuk termasuk juga dalam kaos kedaerahan yang bukan hanya memuat soal desain yang menarik tetapi juga citra dari suatu daerah. Menurut Umberto Eco (1979) kaos menjadi sebuah pesan yang representasinya selalu bersifat kode yang berhubungan dengan pengalaman, relasi sosial, nilai atau status yang diakui secara tersirat maupun tersurat oleh pemakainya. Kaos bukan hanya menyampaikan pesan tentang tempat, kelompok atau usaha tetapi pengakuan atas keadaan pemakainya.

Kaos kedaerahan yang cukup menarik perhatian adalah Kaos Dablongan khas Banyumasan yang memuat dialek ngapak dan citra orang banyumas. Menurut Achmad Tohari seiring perkembangan zaman, jumlah penutur dialek banyumasan secara berangsur-angsur terancam karena semakin sedikitnya penutur yang secara utuh berdialek banyumasan. Hal ini dipengaruhi karena adanya stereotip masyarakat luar menganggap dalam pengucapan atau logat pada

dialek banyumasan memiliki karakteristik yang berbeda dari yang lain karena kadang dianggap sebagai bahasa yang kasar dan tidak memiliki unggah-ungguh. Kehadiran kaos Dablongan sekitar tahun 2010 memberikan bentuk lain dengan mengangkat dialek banyumasan sebagai pesan dalam industri kaosnya. Hal ini menunjukkan adanya kebangkitan identitas banyumasan yang semula dialeknnya malu untuk digunakan oleh orang banyumas sendiri justru merambah pasar yang lebih luas dengan menempelkannya sebagai pesan dalam kaos dablongan. Melalui penelitian ini, identitas kolektif tidak akan dilihat sebagai bentuk konflik atau benturan dengan identitas lain tetapi bentuk perlawanan terhadap identitas barat dengan keragaman fashion yang ada di Indonesia dan banyak digemari oleh generasi muda.

## **B. Identitas Dalam Budaya Populer**

Identitas tidak selalu dapat dilihat secara fisik dan penampilan tetapi terdapat pula identitas yang

invisible. Dalam kehidupan sehari-hari beragam ekspresi identitas yang dapat dengan mudah terlihat secara nyata seringkali kita temukan. Seseorang melakukan ekspresi identitas untuk menegaskan keberadaan identitasnya di tengah masyarakat. Sehingga akan muncul *sense of belonging* dan *sense of difference*. Beragam ekspresi identitas ini kerap menimbulkan prasangka bahkan stereotip ketika tidak sama dengan ekspresi identitas yang dimiliki oleh mayoritas. Pada tahap inilah terjadi pembentukan self dan others. Prasangka hadir dalam merespon keberadaan identitas lainnya. Kehadiran prasangka negatif bahkan stereotip seringkali muncul tanpa mengenal terlebih dahulu. Prasangka dapat muncul dan berkembang menjadi stereotip untuk menggeneralisasi kelompok identitas yang dianggap berbeda dengan identitas mayoritas. Identitas menurut Jeffrey Week adalah berkaitan dengan belonging tentang persamaan dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan seseorang dengan yang

lain. Pendapat Jeffrey Week tersebut menekankan pentingnya identitas bagi tiap individu maupun bagi suatu kelompok atau komunitas (Widayanti, 2009: 14)

Pasca orde baru kehadiran identitas yang dahulu diseragamkan mulai menemui wadahnya untuk menampilkan diri yang sesungguhnya. Identitas yang berbeda antara satu kelompok dengan kelompok lainnya semakin mencair dan dapat dilihat tanpa dibatasi oleh rezim yang otoriter. Hal ini yang menjadikan toleransi masyarakat harus semakin tinggi. Pada tahap inilah identitas baik kelompok maupun individu bisa dikontestasikan atau dikompromikan. Masuknya budaya-budaya populer dari negara lain juga memunculkan bentuk identitas negara lain yang masuk ke Indonesia dan digemari oleh banyak generasi muda. Fenomena ini yang biasanya disebut sebagai budaya populer. Keberadaan budaya populer tidak hanya berdampak pada sektor ekonomi tetapi juga menjadi bentuk

keberadaan identitas lainnya yang diperlihatkan dalam pesan baik tulisan maupun lisan. Keberadaan industri kreatif yang membuka peluang bagi industri menjadi Lahirnya budaya-budaya pop ini melahirkan kebangkitan bagi budaya lokal untuk tetap eksis di tanah air. Salah satunya adalah memanfaatkan kegiatan industri dengan memunculkan budaya lokal/kedaerahan. Budaya populer baik melalui industri musik, buku maupun fashion memunculkan bahwa pembacaan identitas tidak selalu hanya dapat dilihat melalui gerakan yang radikal beserta seperangkat atributnya.

### **C. Industri Kreatif dan Kebudayaan Masyarakat Banyumas**

Dalam Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2025 yang dirumuskan oleh Departemen Perdagangan RI dijelaskan adanya evolusi ekonomi kreatif. Berdasarkan dokumen rencana ini dapat diketahui bahwa adanya pergeseran dari era pertanian ke era industrialisasi lalu ke era informasi yang disertai dengan

banyaknya penemuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi serta globalisasi ekonomi. Perkembangan industrialisasi menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan efisien. Adanya target lebih murah dan lebih efisien dalam proses produksi dan distribusi berakibat pada pergeseran konsentrasi industri dari negara barat ke negara berkembang seperti Asia karena tidak bisa lagi menyaingi biaya yang lebih murah di Republik Rakyat Tiongkok (RRT) dan Jepang. Fenomena ini mengarahkan industri-industri di negara maju untuk mengoptimalkan sumber daya manusia dan kreativitas. Untuk itu sejak tahun 1990an perekonomian dunia mulai bergeser menuju perekonomian yang didukung oleh kreativitas dengan istilah ekonomi kreatif melalui industri kreatif.

Industri kreatif merupakan salah satu potensi yang bisa dikembangkan untuk memajukan ekonomi daerah. Seperti daerah lain, di Banyumas, industri kreatif yang digawangi oleh

anak muda juga terus bertumbuh. Berbagai bidang industri kreatif mulai tumbuh di Banyumas seperti kuliner, desain, t-shirt, seni dan fashion. Pegiat industri kreatif di Banyumas banyak dipelopori oleh kaum muda. kreatifitas sehingga setidaknya industri ini membuktikan bahwa jiwa kewirausahaan kalangan muda mulai dapat diwujudkan dalam sebuah produk. Kondisi ini tentunya harus didukung oleh peran serta pemerintah Kabupaten Banyumas dalam mengembangkan potensi kreatifitas anak muda ini sebagai bentuk perhatian dalam memaksimalkan potensi sumber daya manusia.

Pada prinsipnya kebudayaan Banyumas merupakan bagian tak terpisahkan dari kebudayaan Jawa, namun dikarenakan kondisi dan letak geografis yang jauh dari pusat kekuasaan keraton. Dengan demikian latar belakang kehidupan dan pandangan masyarakat Banyumas sangat dijiwai oleh semangat kerakyatan yang mengakibatkan pada

berbagai sisi budaya Banyumas dapat dibedakan dari budaya Jawa (kearaton). Jiwa dan semangat kerakyatan kebudayaan Banyumas telah membawanya pada penampilan (perilaku) yang jika dilihat dari kacamata budaya keraton terkesan kasar dan rendah.

Kebudayaan Banyumas berlangsung dalam pola kesederhanaan, yang dilandasi semangat kerakyatan, cablaka (transparancy) exposure (terbuka) dan dibangun dari kehidupan masyarakat yang berpola kehidupan tradisional-agraris. Kecenderungan demikian karena disebabkan wilayah Banyumas merupakan wilayah pinggiran dari kerajaan-kerajaan besar (Jogyakarta, Surakarta). Kabupaten Banyumas merupakan bagian dari wilayah budaya Banyumasan, yang berkembang di bagian barat Jawa Tengah. Bahasa yang dituturkan adalah *bahasa Banyumasan*, yakni salah satu dialek bahasa Jawa yang cukup berbeda dengan dialekstandar bahasa Jawa ("dialek Mataraman").

Masyarakat dari bahasa dan daerah lain kerap menjuluki "bahasa ngapak" karena ciri khas bunyi /k/ yang dibaca penuh pada akhir kata. Adapun sejarah pertama kali tentang dialek banyumasan menurut Budiono (2008:6-7), bahwa dialek banyumasan adalah bahasa yang lebih tua daripada bahasa Jawa lainnya.

#### **D. Lahirnya Industri Kaos Dablongan Banyumasan**

Dalam perekonomian Indonesia **Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)** merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu Kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Industri ekonomi kreatif memerlukan para aktor dan berbagai faktor yang akan mengarahkannya pada titik yang diharapkan oleh semua pihak. Ada tiga aktor utama dalam pengembangan ekonomi kreatif, yaitu: pemerintah, bisnis dan cendekiawan. Kehadiran industri kreatif memberikan warna baru pada perkembangan industri yang

lebih mengutamakan keunikan produk selain menjaga kualitasnya. Industri kreatif di purwokerto memang didominasi oleh anak muda. Salah satunya adalah Kaos Dablongan Banyumasan yang kini mulai mendapar tempat di hati pembelinya. Kaos Dablongan Banyumasan awalnya terinspirasi dari kaos kedaerahan yang sudah lebih dulu sukses menjadi ikon khusus bagi daerah tersebut seperti joger dan dagadu.

Awalnya pemilik industri Kaos Dablongan ini memang sudah berkecimpung di dunia industri konveksi tetapi belum memasukkan nuansa kedaerahan dalam usahanya.

Kreatifitas yang teretus adalah mengangkat bahasa Banyumasan dalam sebuah media yaitu kaos. Usaha yang dimulai sejak sekitar tahun 2011 ini mengambil istilah "Dablongan" bagi industrinya yang berarti seenaknya sendiri. Salah satu pesan yang ingin disampaikan dengan penggunaan bahasa Banyumasan adalah karena banyak orang Banyumas yang malu dengan bahasa ngapaknya atau bahasa penginyongan. Kehadiran Kaos Dablongan bukan hanya

membawa harapan bahwa industrinya akan laku tetapi ada keinginan atau kebanggaan tersendiri jika kaos Dablongan ini dipakai oleh orang Banyumas yang berarti tidak malu lagi dengan tempat dan budaya dimana dia berasal. Pesan merasa bangga terhadap budaya dan bahasa Banyumasan yang dituangkan dalam media kaos inilah yang menjadi tujuan utama industri Kaos Dablongan ini terus dijalankan. Tujuan akhirnya adalah bahwa industri kaos Banyumasan ini bisa diproduksi oleh para pemilik ide industri kreatif yang lain, yang memiliki desain berbeda tetapi sama-sama mengangkat budaya dan bahasa Banyumasan dalam produknya. Dengan begitu, maka suatu saat harapannya adalah banyak orang yang lebih bangga menunjukkan identitas Banyumasnya serta menghargai budaya darimana dia berasal. Tujuan yang paling besar ingin dicapai dari industri ini adalah Kaos Dablongan Banyumasan bisa identik sebagai souvenir wisata bagi orang luar yang berkunjung ke Banyumas, seperti slogan “Tidak ke

Banyumas Kalau belum beli Kaos Dablongan”.

Identitas kebudayaan Banyumas justru dibangun dari serpihan-serpihan komunitas masyarakat yang terdiri dari kelompok-kelompok kecil yang menghuni wilayah Banyumas. Karakteristik individu berakar pada identitas dasar yang dibawa sejak lahir dan membentuk keakuan dan membedakannya dengan yang lain (Ubid Abdillah S, :2001:12). Karakteristik individu pada orang per orang yang mendiami wilayah Banyumas kemudian disatukan oleh perasaan kebersamaan. Adanya perasaan kebersamaan ini kemudian terbentuk suatu sistem kebudayaan yaitu kebudayaan Banyumas. Perasaan kebersamaan diwujudkan melalui berbagai cara dan ekspresi seperti yang tampak pada bahasa dan kesenian-kesenian tertentu yang berkembang meluas di seantero Banyumas. Bahwa bahasa dialek Banyumasan dengan sub-sub dialeknya merupakan ekspresi perasaan kebersamaan kaum



penginyongan (Ahmad Tohari, 2006) di tengah hegemoni kebudayaan kraton Jawa.

Semua itu merupakan suatu upaya struggle (berjuang) sebagai bentuk resistensi sekaligus reaksi atas kekuatan-kekuatan dari luar diri masyarakat Banyumas yang dibimbing oleh proses kesadaran sebagai wong Banyumas. Di sini terjadi semacam upaya menggalang kekuatan untuk mengukuhkan diri sebagai sebuah bangsa yang memiliki karakter yang dibangun oleh semangat kebudayaan lokal mereka di antara persebaran kebudayaan lain. Usaha perjuangan identitas Banyumas masa kini tentu saja berbeda dengan identitas Banyumas masa lalu yang lebih dibangun oleh semangat kerakyatan dari sebuah komunitas masyarakat pinggiran yang berpola kehidupan tradisional-agraris. Identitas yang dibangun saat ini adalah Banyumas sebagai kawasan budaya yang tidak alergi terhadap perubahan. Banyumas yang dipengaruhi oleh perkembangan sosial politik dunia, ekonomi dunia,

teknologi mutakhir dan pengaruh globalisasi. Banyumas yang lebih maju, tanpa meninggalkan karakter budayanya yang exposure (terbuka), cablaka (transparan) dan dinamis. Pola-pola impian masa depan seperti inilah yang kemudian digelorakan untuk mewujudkan identitas Banyumas masa kini.

Tampilan dan karakter kebudayaan Banyumas sebagai kebudayaan kaum penginyongan paling mudah dijumpai melalui bahasa dan kesenian lokal yang tumbuh di wilayah ini. Bahasa yang digunakan dalam kehidupan masyarakat Banyumas adalah bahasa Jawa dialek Banyumasan yang bercirikan 'ngapak-ngapak'. Sedangkan pada wujud kesenian dapat dilihat karakter ekspresi keindahan estetik masyarakat Banyumas yang diwujudkan dalam pola dan bentuk yang sederhana serta tampil apa adanya.

#### **E. Identitas Kolektif Banyumasan dalam Identitas Nasional**

Berbagai atribut maupun simbol yang memberikan makna tertentu bagi si pemakai merupakan salah satu bentuk ekspresi identitas yang baik disadari maupun tidak dimunculkan oleh si pemakai. Lahirnya industri Kaos Dablongan Banyumasan yang tentunya mengusung konstruksi kebudayaan banyumasan dalam produknya adalah salah satu bentuk mengekspresikan identitas banyumasan dalam media kaos. Kemunculan identitas dengan perasaan kesamaan latar belakang, tempat, bahasa dan kebudayaan inilah yang memunculkanlahirnya identitas kelompok. Ada perasaan berbeda bagi pemakai kaos kedaerahan bagi si pemakai. Jika ia berada pada sekumpulan orang yang beridentitas sama maka akan menimbulkan sense of belonging atau sebaliknya jika ia menggunakan atribut yang berbeda dengan sekitarnya maka yang ditimbulkan adalah sense of different. Sehingga pakaian bukan hanya sesuatu yang melekat ditubuh tetapi juga salah satu bentuk dalam mengekspresikan

identitasnya, baik sebagai “keakuan” maupun sebagai bagian dari kelompok dimana didalam suatu kelompok seseorang bisa merasa memiliki kepercayaan dan keberanian lebih besar dibandingkan sendiri.

Kehadiran kaos kedaerahan yang mengangkat identitas budaya melalui bahasa, gambar maupun desain lainnya dengan tujuan memunculkan kembali ciri khas dasar dari daerah memberikan dampak positif maupun negatif. Identitas merupakan sesuatu yang bisa negosiasikan maupun bisa dikontestasikan. Dalam pengertian ini, maka identitas kedaerahan yang muncul harus bisa dinegosiasikan dengan identitas nasional yang ada. Kebangkitan identitas kelompok yang bangga pada budaya daerahnya di satu sisi bisa memberikan dampak positif bagi eksistensi kebudayaan lokal di Indonesia. Namun, jika timbul rasa kedaerahan yang terlalu besar maka akan menimbulkan identitas yang dikontestasikan dengan identitas kedaerahan lain serta lupa bahwa identitas kedaerahan merupakan

bagian dari identitas nasional. Identitas kedaerahan yang menguat akan menimbulkan “self” dan “others” yaitu meliankan yang lain yang memiliki perbedaan identitas dengan dirinya, maka disiiilah identitas kemudian berbenturan sehingga lupa dengan identitas nasional. Namun, disi lain kemunculan identitas kelompok dengan dasar kedaerahan memberikan dampak positif bagi perkembangan budaya di Indonesia karena dapat menjadi filter bagi masuknya industri populer yang mengusung budaya, bahasa serta kebanggaan dari luar negeri. Kemunculan identitas kelompok menjadi bentuk resistensi dari keberadaan budaya asing yang lebih populer di Indonesia. Kebangkitan identitas kelompok kedaerahan mengingatkan kita kembali bahwa harus kembali pada daerah, adat, budaya, bahasa dari dimana kita dilahirkan dan dimana kita tinggal.

### **Kesimpulan**

Kehadiran industri kreatif telah melahirkan bentuk serta jenis produk

yang bukan hanya mengutamakan kualitas tetapi juga keunikan dari produk yang dijual. Kaos Dablongan Banyumasan yang mengedepankan identitas pengiyongan atau ngapak telah memberikan warna tersendiri bahwa industri kreatif juga menjadi media bagi bangkitnya identitas yang dikonstruksi dari budaya kedaerahan. Identitas Banyumas memang sudah unik hanya saja banyak orang Banyumas yang mulai malu untuk mengakui bahasanya yang dianggap ngapak oleh orang lain.

Kemunculan identitas kelompok yang dikonsstruksikan melalui media kaos sebagai bentuk kebanggaan terhadap identitas daerahnya dapat meberikan dampak positif maupun negatif. Dampak negatif akan timbul jika kelompok identitas ini menggunakan kaos kedaerahan sebagai pengakuan atas keberadaannya dan meliyankan yang lain. Perasaan kedaerahan yang timbul terlalu besar akan mengkontestasikan oidentitas kedaerahannya dengan keberadaan identitas nasional. Bentuk kebanggaan

yang berlebihan atas identitas kedaerahannya akan melahirkan sifat lupa bahwa identitas kedaerahan merupakan bagian dari identitas nasional yang bukan untuk dikontestasikan satu sama lain tetapi dinegosiasikan dalam kerangka harmonisasi sosial.

Dampak positif yang diperoleh adalah bahwa kemunculan industri kaos kedaerahan merupakan sebuah bentuk resistensi dari kehadiran budaya populer asing di Indonesia. Resistensi ini bernilai positif karena membuat kita kembali menyadari darimana tempat, adat istiadat serta budaya kita berasal. Dalam perkembangan budaya di Indonesia, kemunculan industri kaos kedaerahan akan berdampak positif jika diiringi dengan kesadaran sebagai bagian dari identitas nasional sehingga memfilter maraknya budaya populer asing yang lebih diidolakan oleh masyarakat Indonesia

## Daftar Pustaka

- Abdilah, Ubed, S. 2002. *Politik Identitas Etnis Pergulatan Tanda Tanpa Identitas*. Magelang: Yayasan Indonesiatera Anggota IKAPI.
- Ahmad Tohari, 2006, "Membangun Identitas Banyumas melalui Seni-Budaya", Pointers makalah, disampaikan pada Sarasehan Seni yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banyumas bertempat di Pendopo Duplikat Si Panji Banyumas tanggal 20 Juli 2006.
- Castell, Manuel, 2010, *The Power of Identity*, (United Kingdom : Willey Blackwell)
- Chris Barker, *Cultural Studies, Teori Dan Praktik*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004 )
- Jones, Pip. 2009. *Pengantar Teori-teori Sosial dari Teori Fungsionalisme Hingga Post-Modernisme*. Jakarta: Yayasan Pusaka Obor Indo.
- Ritzer, George and Goodman, Dauglar, J. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media.
- Syamsu In & Nurihsan Juntika, *Teori Kepribadian*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya , 2008),

Widayanti, Titik, 2009, *Politik Subaltern Pergaulan Identitas Waria*, Yogyakarta : Research Center For Politics and Government Jurusan Politik dan Pemerintahan, Universitas Gadjah Mada

BPS Kabupaten Banyumas