



ABSTRAK

Di abad ke-21, kaus oblong sering digunakan untuk mengungkap identitas budaya. Di wilayah Banyumas, banyak beredar kaus oblong banyumasan yang menampilkan identitas budaya Banyumas, seperti bahasa, watak masyarakat, makanan, tradisi, kesenian, dan lain-lain. Budaya Banyumas sendiri kerap dianggap sebagai budaya pinggiran karena karakternya dianggap berbeda dengan budaya Solo dan Yogyakarta yang diklaim sebagai induk budaya Jawa. Oleh karena itu, berbagai teks yang ada dalam kaus oblong banyumasan, baik tulisan maupun gambar, diasumsikan bukan semata-mata teks yang bertujuan komersial, tapi juga merupakan representasi identitas budaya yang memproduksi makna-makna tertentu seperti politik identitas yang bertujuan untuk menunjukkan eksistensi budaya banyumasan kepada publik.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Banyumas Raya yakni Kabupaten Banyumas, Cilacap dan Purbalingga di mana di tiga kabupaten tersebut terdapat produsen kaus oblong Banyumasan yang eksis sejak tahun 2006. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan semiotik. Bahan penelitian diperoleh dari lima merk kaus oblong Banyumasan yang desainnya dikelompokkan menjadi enam kategori, yakni identitas etnis, bahasa, agama, nasional, kelas, dan gender. Analisis data menggunakan semiotika Roland Barthes yang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Representasi identitas budaya Banyumas yang terbaca dalam teks kaus oblong banyumasan adalah identitas budaya yang dinamis. Berbagai identitas budaya banyumasan tersebut memperlihatkan adanya tarik menarik dan kontestasi antara lokalitas-globalitas; budaya pusat-pinggiran; dan tradisionalisme-modernisme. Identitas budaya tersebut merupakan identitas yang labil, tidak pasti, dan masih dalam proses dan memiliki kemungkinan untuk berubah. 2.) Identitas budaya yang terepresentasikan dalam kaus oblong banyumasan juga memproduksi makna tentang politik identitas. Politik identitas tersebut memproduksi makna tentang penolakan masyarakat Banyumas sebagai subkultur Jawa. Masyarakat Banyumas bukan subkultur dari budaya mana pun dan selama ini masih dalam proses pencarian pijakan budayanya. 3). Konteks yang ditemukan dalam berbagai representasi identitas budaya tersebut adalah konteks perubahan sosial yang terjadi di wilayah Banyumas. Dalam konteks budaya, penanda identitas *wong* Banyumas diposisikan berbeda dengan komunitas budaya lainnya. Hal ini tidak terlepas dari aspek historis keberadaan orang Banyumas yang cenderung terpinggirkan dari hiruk-pikuk budaya keraton sebagai pusat kekuasaan Jawa. Pun dari budaya Sunda sebagai wilayah yang berbatasan langsung dengan Banyumas, Banyumas tidak mendapatkan pengaruh yang begitu kuat. Longgarnya keterikatan dengan dua pusat budaya besar itu menghasilkan budaya Banyumas yang seolah-olah terombang-ambing karena berada di antara dua kutub budaya yang berbeda.

Kata kunci: *representasi, identitas budaya, kaus oblong banyumasan*



ABSTRACT

In this 21st century, T-shirt has frequently used to introduce a cultural identity. In Banyumas area, there are many circulating *Banyumasan* T-shirts showing Banyumas cultural identity, including language, people's character, food, tradition, art, and etc. Banyumas culture itself has frequently been considered as the sub-urban culture since its character is different from Solo dan Yogyakarta culture claimed as the the main base of Javanese Culture. Thus, various texts available in Banyumasan T-shirt, either in written or pictural forms assumed not merely as texts for commercial purposes but also representing the cultural identity which produce certain meanings, such as political identity intended to show the banyumasan cultural existence to public.

This research is conducted in Banyumas Raya areas: Banyumas, Cilacap, and Purbalingga Regency, in which there are many Banyumasan T-shirt producers di mana di tiga kabupaten tersebut terdapat produsen kaus oblong Banyumasan existed since 2006. This research uses a qualitative method with a semiotic approach. The research materials are obtained from five Banyumas T-shirt brands which designs are categorized six categories: ethnical, linguistic, religious, national, class, and gender identity. The data analysis used is Roland Barthes' semiotic theory

Research result shows that: 1). The representation of Banyumas cultural identity written in banyumasan T-shirt texts is dinamic cultural identity. Various banyumasan cultural identities show that there are various banyumasan cultural identities show that there are attractions and contestations between locality-globality; central-sub-urban culture; and traditionalism-modernism. cultural Identity is an unstable identity, unsure, still in process, and has a possibility to change. 2.) Cultural identity represented in banyumasan T-shirt has also produced meanings related to the political identity which may produce meanings related to the refusal of Banyumas people as Javanese sub-culture. Banyumas people are not the sub-culture of any culture and during this time are still in the searching process to find the base of their culture. 3). The context found in various representations of cultural identity is in the context of social changes taking place in Banyumas area. In the cultural context, the identity marker of *wong Banyumas* is differently positioned with the other cultural communities. This is unseparable from the historical aspects due to the existance of Banyumas people who tend to be marginalized from the hustle and bustle of palace culture as the center of Javanese authority. Similarly, Sundanese culture as the area directly bordered with Banyumas, does not quite strongly influences Banyumas. This loose bound with two huge cultural centers has resulted that Banyumas Culture is considered as if it is tottered due to its existance in between two different cultural poles.

Keywords: *representation, cultural identity, banyumasan T-shirt*