

# EKSPRESI BAHASA BANYUMASAN DALAM KAUS OBLONG SEBAGAI ARENA KONTESSTASI BUDAYA

**Sulyana Dadan**

Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Soedirman  
kangdadan\_garut@yahoo.com

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna, baik makna tekstual maupun kontekstual, dari bahasa Jawa dialek *ngapak* yang terdapat dalam berbagai desain kaus oblong di wilayah Banyumas. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan semiotika dari Roland Barthes. Hasil penelitian secara tekstual menunjukkan bahwa sebagian besar desain kaus oblong Banyumasan menggunakan bahasa Jawa dialek *ngapak* yang bernuansa humor, kritis, lugas dan tegas. Secara kontekstual, berbagai ekspresi dialek *ngapak* tersebut sebenarnya merupakan upaya dari sebagian masyarakat Banyumas untuk menunjukkan eksistensi budaya Banyumas kepada publik. Budaya Banyumas adalah entitas budaya yang berbeda dari budaya Jawa yang selama ini dikenal publik, khususnya dalam berbahasa, seperti sopan, halus, lemah lembut dan lain-lain. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ekspresi dialek *ngapak* dalam desain kaus oblong banyumasan merupakan arena kontestasi bagi masyarakat Banyumas untuk menunjukkan identitas budayanya, khususnya kepada budaya Jawa sebagai budaya induknya.

**Kata Kunci:** Bahasa Banyumasan; Kaus Oblong; Kontestasi Budaya.

## PENDAHULUAN

Banyumas memiliki ragam budaya yang menarik. Salah satunya adalah penggunaan bahasa sehari-hari yang dikenal sebagai bahasa Jawa banyumasan, yang berbeda dengan bahasa Jawa baku atau bahasa *bandhek* yang biasa digunakan oleh masyarakat di wilayah Solo-Yogyakarta. Bahasa banyumasan juga dikenal dengan istilah dialek *ngapak*. Disebut *ngapak* karena pengucapan huruf vokal a dan o, konsonan "b, d, k, g, h, y, k, l dan w" diucapkan dengan sangat mantap (*luged*), tegas, lugas, dan tidak mengambang (*ampang*) atau setengah-setengah. Menurut Satoto (2008:20) bahasa *ngapak* adalah bahasa Jawa dari tahap awal yang disebut tahap bahasa Jawa dwipa atau bahasa dari orang yang tinggal di Pulau Jawa, yang konon adalah bahasa Jawa murni.

Menurut Supadjar (dalam Herusatoto, 2008), bahasa Jawa dialek banyumasan merupakan bahasa Jawadwipa yang sudah ada sebelum Aji Saka datang ke tanah Jawa pada tahun 78 Masehi. Bahasa Jawadwipa salah satu cirinya adalah pengucapan huruf 'a' selalu dibaca 'a' bukan 'o'. Huruf 'a' yang dibaca huruf 'o' merupakan bahasa Jawa *bandhekan*. Bahasa Jawa *bandhekan* adalah bahasa Jawa baku yang digunakan di sebagian besar Jawa Tengah dan Yogyakarta. Mata pelajaran bahasa Jawa yang diajarkan di sekolah-sekolah di Jawa Tengah dan Yogyakarta adalah bahasa Jawa baku yang mempunyai strata bahasa. Strata dalam bahasa Jawa ini lahir pada masa Kerajaan Mataram.

Bahasa Jawa baku yang digunakan sebagai bahasa pergaulan ditandai oleh suatu sistem tingkat yang sangat rumit, yaitu *ngoko* (tingkat terendah), *madya* (tingkat menengah), dan *krama* (tingkat tertinggi). Sistem ini menyangkut perbedaan-perbedaan yang wajib digunakan, mengingat perbedaan kedudukan, pangkat, umur, dan tingkat keakraban antara yang menyapa dengan yang disapa (Koentjaraningrat, 1994). Berbagai gaya tersebut menjadikan adanya tingkat bahasa yang berbeda-beda tinggi rendahnya sehingga kesenjangan antara priyayi dan rakyat jelata semakin mencolok.

Menurut Yusmanto (2009), bahasa banyumasan memiliki spesifikasi dan/atau ciri-ciri khusus yang dapat dibedakan dengan bahasa Jawa baku (standar). Beberapa ciri khusus tersebut antara lain: (1) berkembang secara lokal hanya di wilayah sebaran kebudayaan Banyumas; (2) memiliki karakter lugu dan terbuka; (3) tidak terdapat banyak gradasi unggah-ungguh; (4) digunakan sebagai bahasa ibu oleh sebagian besar masyarakat Banyumas; (5) mendapat pengaruh bahasa Jawa kuno, Jawa tengahan, dan bahasa Sunda; (6) pengucapan konsonan di akhir kata dibaca dengan jelas; (7) pengucapan vokal a, i, u, e, o dibaca dengan jelas.

Bahasa Jawa dialek banyumasan tidak mengenal strata bahasa. Hal inilah yang menjadikan orang Banyumas dikenal sebagai masyarakat yang *egaliter*, yang menganggap semua orang sama, setara, atau sederajat. Masyarakat Banyumas tidak mengenal kasta karena mereka sebagian besar adalah petani yang merupakan rakyat jelata. Oleh karena itu, jarang sekali orang Banyumas yang menyebut dirinya sebagai seorang priyayi.

Bahasa dialek banyumasan hingga kini masih dipakai secara luas oleh penduduk di wilayah-wilayah bekas Karesidenan Banyumas dan sekitarnya seperti Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Cilacap, Banjarnegara, Kebumen, Pemalang, Tegal, Brebes bahkan menyebar sampai bagian timur dan pantai utara wilayah Cirebon, yakni Kabupaten Indramayu dan Kabupaten Karawang yang kini masuk wilayah Jawa Barat (Herusatoto, 2008: 17). Sementara menurut Koentjaraningrat (1984: 23), dialek Banyumas merupakan dialek yang ditemukan sepanjang daerah aliran Sungai Serayu yang berasal dari Kompleks Sindoro-Sumbing-Dieng. Hal ini tidak bertentangan dengan sejarah Banyumas yang menyatakan bahwa wilayah Wirasaba pada masa Majapahit dan wilayah Pasir Luhur pada masa Demak, mempunyai wilayah yang luas, meliputi daerah Karawang (batas barat) dan Sindoro-Sumbing (batas timur).

Menurut Koderi (1991), berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan Balai Penelitian Bahasa Yogyakarta, dialek Banyumas memiliki subdialek geografi dan dialek sosial, antara lain subdialek Purwokerto, Ajibarang dan Cilacap dan subdialek Sunda-Banyumas (Jawa *reang*). Perbedaan subdialek tersebut terletak pada kosakata saja dan tidak mengganggu lancarnya komunikasi. Dialek sosial dibedakan antara rakyat jelata dan kaum cerdik pandai. Dialek rakyat jelata atau pedesaan umumnya masih murni, sedangkan dialek kaum cerdik pandai (biasanya di perkotaan) sudah terpengaruh Jawa baku dan bahasa Indonesia (Koderi, 1991: 165-166).

Saat ini, penggunaan bahasa banyumasan tidak hanya dalam praktik tutur sehari-hari. Berbagai produk budaya populer yang eksis di Banyumas juga mulai berani untuk menggunakan bahasa banyumasan, seperti dalam film, novel dan kaos oblong banyumasan. Sejak tahun 2006 sampai 2018, muncul belasan kaos oblong yang mengklaim sebagai kaos

banyumasan. Uniknya, dalam berbagai desain kaus oblong tersebut selalu menampilkan bahasa banyumasan bernuansa humor (*guyon*). Beberapa contoh tulisan dalam kaus oblong banyumasan merk *Dablongan*, misalnya, "*Mendoan Banyumas, dejaga sing ngatingati sedulur, aja nganti diaku-aku wong malaysia*" (*Mendoan Banyumas harus dijaga, jangan sampai diklaim oleh Malaysia*); "*Rika tah meneng bae nglombo, apa maning ngomong*" (*Kamu itu diam saja sudah bohong, apalagi sampai ngomong*). Kemudian dalam kaus oblong merk *Ngapak* kita bisa menemukan gambar dan tulisan "*Ora Ngapak Dupak*" (*kalau tidak berbahasa ngapak, akan ditendang*), dan lain-lain.

Menurut Heryanto (2012: 16), budaya populer tidak bisa dianggap sebagai fenomena hiburan semata (*escapism*) yang kosong muatan ideologi dan kekuasaan. Begitu pula produk budaya populer berupa kaus oblong. Berbagai teks yang ada dalam kaus oblong banyumasan bukan semata-mata teks yang bertujuan komersial, tapi juga merupakan representasi identitas budaya yang memproduksi makna-makna tertentu, seperti kekuasaan, hegemoni, perlawanan, dan lainnya. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk melihat bagaimana makna-makna yang terkandung dalam desain kaus banyumasan dan relevansinya dalam relasi antara Banyumas dengan budaya induknya, yakni budaya Jawa.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Bahan penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah data tekstual, baik verbal (tulisan) maupun visual (gambar) yang terdapat dalam kaus oblong Banyumasan. Peneliti menyeleksi teks-teks yang terdapat dalam kaus oblong Banyumasan merk *Dablongan Clothing*, *Inyong Oblong*, dan *Domong*. Tiga merk tersebut dipilih karena konsisten menampilkan identitas budaya Banyumas terutama dari segi pemakaian bahasa Banyumasan dalam desain-desainnya. Selanjutnya, data tekstual tersebut dianalisis menggunakan pendekatan semiotik dari Roland Barthes, yang menekankan pada pengungkapan makna-makna lain (konotasi) dari sebuah tanda yang bersifat denotatif. Makna "lain" ini juga dikenal dengan istilah mitos yang dapat ditemukan melalui analisis semiotika tingkat dua. Menurut Barthes (1972: 303), apa yang merupakan tanda dalam sistem pertama, akan menjadi penanda dalam sistem kedua, dan pada tahap selanjutnya menjadi mitos.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Di Indonesia, sudah banyak kaus oblong yang diproduksi dan menjadi ciri khas daerah tertentu karena berhasil menampilkan identitas budaya daerah tersebut. Contohnya kaus *Joger* di Bali dan *Dagadu* di Yogyakarta yang terkenal sejak tahun 1990-an. Keberhasilan *Joger* dan *Dagadu* menginspirasi daerah lain untuk menciptakan produk sejenis. Koran *Tempo* (17 Februari 2013) mencatat, saat ini terdapat puluhan kaus oblong khas di Indonesia dengan tema yang berbeda-beda, mulai dari tema humor, kritik sosial sampai obyek.

Kaus oblong yang mengusung identitas budaya telah merambah ke hampir semua daerah di Indonesia, termasuk Banyumas. Di wilayah ini bermunculan berbagai produk kaus oblong banyumasan yang berupaya menampilkan identitas budaya Banyumas, seperti bahasa, watak masyarakat, kuliner lokal, tradisi, kesenian, dan lain-lain. Dari tahun 2006 sampai 2013, muncul belasan produsen kaus oblong banyumasan di wilayah Banyumas dan sekitarnya.

Penelitian Shodiq, dkk. (2014) mengklasifikasikan kaos oblong Banyumasan yang beredar di Banyumas menjadi tiga berdasarkan sumber dan desainnya. Pertama, kaos oblong yang memuat dan bernuansa tradisi lokal dan humor, yaitu kaos oblong merk *Dablongan*, *Baloeng Gedhe*, *Ngapak*, dan *Maning*. Kedua, kaos oblong yang berisi kritik sosial, di antaranya merk *Klinik Rebel*, *Youth Attack*, *Kidal Kolektif*, dan *Bhineka Ceria*. Ketiga, kaos oblong yang berisi tokoh nasional dan internasional, yaitu merk *Kreasi Inyong* dan *Bengkong*.

Unsur humor banyak dipakai sebagai salah satu genre dalam desain kaos oblong. Humor bisa berwujud dalam teks verbal (kata dan atau kalimat-kalimat lucu) dan gambar-gambar yang mengundang tawa bagi siapa pun yang melihatnya. Meskipun bernuansa humor, teks-teks tersebut tetap mengandung pesan tertentu yang ingin disampaikan. Jones (2015: 7) mengatakan apa pun humor yang ada dalam kaos oblong, apakah itu ironik, sarkastik, satiristik, sesuatu yang tidak masuk akal, permainan kata atau ilusi dari sebuah film ketika digunakan sebagai humor dalam kaos, maka humor itu membawa pesan tertentu.

Humor dalam desain kaos oblong memiliki beragam jenis, salah satunya adalah parodi. Menurut Hutcheon (dalam Piliang, 1999: 155), parodi merupakan teks baru yang diciptakan dari sindiran, plesetan, atau penyimpangan teks lain yang jadi rujukan dalam teks parodi tersebut. Parodi terjadi ketika ide-ide baru dan teks lama bertemu dan keduanya berdialog membangun sebuah bentuk lain yang dibelokkan dari alur teks yang sudah ada. Jadi, parodi adalah relasi formal antara dua teks, dan dengan demikian, parodi adalah salah satu bentuk representasi karena memproduksi makna baru yang berbeda dari teks 'aslinya.'

Parodi juga dapat terlihat dalam teks-teks kaos oblong banyumasan. Dari beberapa desain kaos oblong banyumasan yang beredar, teks yang sifatnya parodi sebagian besar meminjam ikon-ikon budaya global. Misalnya, huruf 'M' sebagai simbol makanan cepat saji Mc-D, diganti 'M' sebagai kependekan dari 'Mendoan'. Kemudian, ada pula logo lembaga Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang tulisan bahasa Inggrisnya 'UN' (United Nation), diganti menjadi *United Ngapak* untuk menunjukkan wilayah-wilayah yang selama ini disatukan dalam budaya ngapak yaitu Banyumas, Cilacap, Purbalingga dan Banjarnegara. Selain itu, penggunaan ikon global seperti superhero dari film dan komik juga sering dimunculkan, seperti Superman, Batman, Power Rangers, dan lain-lain. Semuanya dikemas dengan nuansa humor menggunakan bahasa ngapak dan mengundang tawa bagi siapapun yang melihatnya.

Bahasa *ngapak* merupakan salah satu identitas budaya yang jadi pembeda antara masyarakat Banyumas dengan masyarakat yang selama ini dikenal sebagai masyarakat Jawa, khususnya Jawa Tengah dan Yogyakarta. Penggunaan bahasa *ngapak* dalam kaos oblong banyumasan, bukanlah semata-mata karena kaos ini diproduksi oleh orang dan berlokasi di Banyumas, namun ada tujuan-tujuan tertentu dari masyarakat Banyumas untuk merepresentasikan identitas budaya Banyumas melalui bahasa *ngapak*-nya. Jadi, dalam hal ini bahasa *ngapak* selain berfungsi sebagai identitas budaya, sekaligus merupakan instrumen untuk memproduksi makna tentang identitas budaya tersebut.

Sebagai salah satu identitas budaya, menurut Sumarsono (2014: 64-68), bahasa sering digunakan sebagai salah satu ciri etnik yang pasti. Artinya, terdapat hubungan yang tetap antara ciri tertentu suatu etnik dengan bahasa. Pendapat Sumarsosno tersebut sangat esensial dan dapat diperdebatkan. Hal ini karena pada kenyataannya orang Jawa belum tentu bisa berbahasa Jawa; orang Sunda belum tentu bisa berbahasa Sunda karena

mungkin ia lahir dan dibesarkan di tempat yang berbeda dari wilayah etnisnya. Selain itu, faktor lingkungan juga dapat memengaruhi penggunaan bahasa oleh etnis tertentu. Hal ini juga berlaku bagi bahasa *ngapak* atau bahasa banyumasan yang merupakan salah satu ciri identitas "etnis" Banyumas yang selama ini dianggap sebagai subsuku Jawa. Dalam konteks ini, *trah ngapak* seharusnya memiliki kemampuan untuk berbicara *ngapak*. Namun pada kenyataannya tidak demikian. Dalam lingkup komunikasi sehari-hari, bahasa *ngapak* harus bersaing dengan bahasa Jawa *wetanan* dan bahasa Indonesia, terutama di wilayah-wilayah perkotaan dan lingkungan pemerintahan.

Oleh karena itu, penggunaan bahasa *ngapak* dalam kaus oblong banyumasan dapat dimaknai sebagai sebuah "perjuangan" untuk melawan hegemoni budaya Jawa dan bahasa Indonesia. Seperti diungkapkan Widodo dan Nursalim (2008: 7), bahwa bahasa merupakan "tempat" (*arena/lokus/field*) bertemunya berbagai kepentingan kelompok manusia. Dalam hal ini, bahasa dapat dipandang sebagai "arena" politik, yaitu tempat bertemunya berbagai kepentingan, sebagai arena bertarung, dan tarik-menarik yang tujuan akhirnya adalah untuk saling memengaruhi, mendominasi, menghegemoni, atau menciptakan hegemoni tandingan, menguasai atau melawan, oleh suatu kelompok/orang terhadap kelompok/orang lain.

Penggunaan bahasa banyumasan menjadi sesuatu yang sangat penting karena bahasa tersebut digunakan sebagai instrumen untuk melakukan kontestasi dan produksi makna politik identitas, baik untuk menaklukkan, melawan, atau mempertahankan kekuasaan Banyumas sebagai Jawa "yang lain". Hal ini bisa dilihat ketika mencermati teks-teks kaus oblong banyumasan, khususnya teks verbal/lingualnya. Meskipun mengklaim sebagai kaus oblong banyumasan, namun dalam beberapa desain masih ada teks-teks yang tidak atau kurang "mbanyumas" karena adanya percampuran antara bahasa Jawa dialek *bandekan* (Jawa *Wetanan*) dengan banyumasan. Kondisi ini dapat dipahami mengingat kultur yang berkembang di beberapa wilayah Banyumas merupakan produk struktur yang pernah dijajah oleh hegemoni keraton sehingga nilai-nilai kultur kejawaan keratonnya pada umumnya masih terlihat. Selain itu, beberapa kreator kaus oblong banyumasan yang berasal dari luar Banyumas juga ikut andil dalam kontestasi budaya ini.

Contoh yang terkait dengan hal di atas adalah desain kaus merk *Dablongan* dengan tema "Alun-alun Purwokerto". Teks lingual desain ini tertulis: "*ing sangisoring ringin tengah alun-alun Purwokerto nalika tahun 1960-an*". Penggunaan kata "*ing*", "*sangisoring*," dan "*nalika*", adalah kata yang tidak biasa digunakan oleh orang Banyumas atau bahasa *ngapak*. "*Ing*" yang berarti "*di*" (menunjukkan sesuatu, misalnya tempat), "*sangisoring*" yang berarti "bawah" justru merupakan kata-kata yang biasanya digunakan dalam bahasa Jawa *wetanan*. Kata yang menunjukkan "*di*" dan "bawah" dalam bahasa banyumasan biasanya menggunakan kata "*nang/neng*" dan "*ngisor*". Begitu juga "*nalika*" yang terkesan halus, karena dalam bahasa *ngapak*, kata yang lazim digunakan untuk menunjukkan konsep waktu adalah "wektu". Jadi, jika dialihbahasakan ke dalam bahasa *ngapak*, maka teks tersebut seharusnya menjadi: "*nang ngisor wringin tengah alun-alun Purwokerto wektu tahun 1960-an*".

Meskipun demikian, pada desain kaus lainnya, bahasa banyumasan sangat mendominasi sehingga mampu menunjukkan tentang *sapa wong ngapak*, terutama penggunaan kata "*inyong*" dalam desain "garuda di dadaku," desain "*inyong wong Banyumas*," dan desain "Mendoan, *inyong seneng kiye*". Dalam tiga desain tersebut, penamaan diri "*inyong*"

merupakan identitas budaya Banyumas yang membedakan budaya *ngapak* dengan budaya lainnya, yakni budaya Jawa dan budaya global (bahasa Inggris). Penyebutan "*inyong seneng kiyé*" dalam desain "mendoan" mencoba melawan hegemoni bahasa Inggris dalam produk tersebut yang terkenal dengan *tagline* "*I'm love it.*" Munculnya "inyong" dan petanda "mendoan" dalam huruf "M" merupakan representasi perjuangan Banyumas melalui bahasa sekaligus lokalitas dari Banyumas itu sendiri.

Banyaknya penyebutan kata "*inyong*" dalam desain kaus oblong banyumasan juga merupakan salah satu bentuk perlawanan orang Banyumas terhadap keraton. Bagi sebagian orang trah Banyumas, mereka lebih suka disebut *wong panginyongan* daripada *wong ngapak*. Hal ini bukan tanpa alasan. Menurut Supriyanto (2016: 1), istilah *wong panginyongan* justru lebih *mbanyumasi* (lebih kental nuansa Banyumasnya) daripada *wong ngapak*. Supriyanto menjelaskan, konsep *panginyongan* justru yang harus lebih digaungkan daripada istilah *wong ngapak*. Hal ini karena istilah *ngapak* sangat dipengaruhi oleh aspek politis bahasa, bahwa selain bahasa yang dipandang baku (Solo-Yogya) dan bahasa di kota besar seperti Semarang dan sekitarnya, bahasa di wilayah eks-Karesidenan Banyumas dan wilayah Tegal dipandang *ndesa* dan tidak *miyayeni*, yang dikenal sebagai bahasa *ngapak*.

Di luar wilayah eks-Karesidenan Banyumas, terutama di kota besar, bahasa *ngapak* sangat dikenal jika dibandingkan dengan bahasa *pangiyongan*. Orang lebih terbiasa mendengar ungkapan "*ora ngapak ora kepenak*". Ironisnya, penggunaan bahasa *ngapak* ini justru dianggap lucu dan cenderung "rendahan". Hal ini dapat dilihat di dunia hiburan, khususnya sinetron dan dunia perfilman, tokoh-tokoh yang menggunakan bahasa *ngapak* selalu diposisikan sebagai masyarakat kelas bawah, seperti pembantu, sopir, tukang kebun, dan lain-lain, dengan gaya berbahasa yang jadi bahan tertawaan. Artinya, bahasa *ngapak* pada akhirnya berkonotasi dengan masyarakat *ndeso*, rendahan dan objek yang layak ditertawakan.

Berdasarkan paparan tersebut di atas, dapat diketahui bahwa bahasa merupakan pemahaman manusia mengenai struktur sosial tempat dia hidup. Seolah-olah ada bahasa yang hanya dapat digunakan oleh kalangan masyarakat kelas atas dan sebaliknya ada bahasa yang peruntukannya bagi masyarakat kelas bawah. Hal ini juga dapat dimaknai bahwa manusia memiliki kompleksitas pengetahuan tertentu mengenai relasi-relasinya dengan lingkungan di sekitarnya yang diimplementasikan dalam bahasa. Dalam konteks kaus oblong banyumasan, teks-teks dalam desain kaus oblong tersebut dapat dilihat sebagai pemahaman orang Banyumas terhadap lingkungan masyarakatnya, seperti watak, karakter, falsafah, dan perasaan masyarakat Banyumas serta relasinya dengan budaya lain.

Hal ini dapat terlihat dari desain kaus oblong banyumasan dengan tema "*Bersatu kita kompak, berbicara kita ngapak*". Desain ini dapat dipahami sebagai simbol kekompakan. Lebih jauh, desain ini menunjukkan bagaimana kuasa bahasa *ngapak* dalam menciptakan konsensus masyarakat penggunaannya, yakni hanya mereka yang berbahasa *ngapak* yang akan dianggap kompak. Sementara yang tidak berbahasa *ngapak* di daerah *ngapak*, dianggap tidak kompak, atau dengan kata lain, bukan bagian dari *wong ngapak*. Contoh lainnya adalah desain "*Ora Ngapak Dupak*". Desain ini menawarkan makna bagaimana bahasa *ngapak* memiliki kuasa yang bermakna bahwa orang Banyumas (*wong ngapak*) harus bisa berbahasa *ngapak*. Jika tidak bisa, maka dia tidak akan diakui sebagai *wong ngapak*, meskipun ia pandai bahasa Jawa *bandhek*, bahasa Inggris atau bahkan menguasai

banyak bahasa. Dua contoh tersebut menunjukkan bahwa bahasa Banyumas memiliki kuasa untuk mengonstruksikan seperti apa budaya dan bahasa *wong ngapak*; yakni sebagai komunitas yang unik dan memiliki bahasa berbeda dari budaya Jawa, yang tidak bisa dianggap lebih rendah dibandingkan budaya dan bahasa lainnya

Oleh karena itu, tidak tepat jika menyebut bahasa Jawa dialek Banyumas atau bahasa *ngapak* sebagai bahasa kasar. Bahasa *ngapak* telah hidup dan diucapkan beratus tahun yang lalu, bahkan lebih tua daripada bahasa Jawa (Priyadi, 2015: 272). Penggunaan bahasa *ngapak* justru menunjukkan identitas *wong* Banyumas yang egaliter dan tidak memandang status, bahkan menunjukkan sikap *penjorangan* dan *semblothongan* yang jadi karakter *wong* Banyumas.

Kondisi bahasa banyumasan yang tidak berkasta dapat dipahami mengingat pola pergaulan masyarakat Banyumas yang lebih egaliter. Selain itu, bahasa banyumasan tidak terikat pakem dan adanya modifikasi terus-menerus sebagai hasil interaksi penutur bahasa dengan lingkungan sekitar. Hal ini berbeda dengan bahasa Jawa pada umumnya. Koentjaraningrat (1994: 269) menyatakan, bahwa dalam sistem kebudayaan Jawa, dikenal setidaknya tiga ragam bahasa yakni *kromo inggil*, *kromo*, dan *ngoko*. Ragam bahasa tersebut adalah rangkaian berbahasa yang dapat menandai apakah orang itu layak disebut *njawani*, *ora njawa* atau belum *njawa*. Ketiganya terkait dengan tatakrma berbahasa. Berbahasa tidak asal menggunakan kalimat atau kata, melainkan perlu *empan-papan* (ada aturannya). Orang Jawa yang berada di arena rapat dan harus berbicara di depan orang banyak tentu berbeda dari ketika dia berbicara dengan teman sebaya atau lawan bicara yang sudah akrab.

Sementara di Banyumas, satu kata bisa diterapkan dalam beberapa situasi dan kepada siapa pun lawan bicaranya. Herusatoto (2008: 204) mengilustrasikan sistem dan gaya berbahasa orang Banyumas ini dengan menarik. Menurutnya, cara bicara orang Banyumas menggunakan bahasa Jawa *kluthuk* (bersahaja, bahasa Jawa asli, kuna), *sing pathing blekethuk* (jika mengobrol saling menimpali dengan sangat cepat, seperti suara air yang mendidih) dan *anggeren kumpul toli mbleketupuk* (jika sedang berkumpul antarsesama orang Banyumas biasanya asyik mengobrol tanpa menghiraukan keadaan sekitarnya). *Wong* Banyumas bukan penutur elit yang umumnya mengembangkan bahasa ke arah yang lebih santun untuk mencegah konflik. *Wong* Banyumas, yang sebagian besar adalah "rakyat jelata," justru menggunakan bahasa sebagai strategi merusak, menghancurkan, dan mendelegitimasi kekuasaan budaya dan bahasa Jawa sehingga lahirlah bahasa yang oleh masyarakat lain dianggap sebagai bahasa yang kasar.

Dalam konteks desain kaus oblong banyumasan, pertarungan Banyumas yang selama ini diposisikan sebagai subkultur Jawa dengan budaya Jawa tampak terlihat. Namun, representasi yang terbaca dalam berbagai desain kaus oblong banyumasan, justru bukan Banyumasan yang merupakan bagian dari budaya Jawa, tapi Banyumas yang jauh berbeda dengan budaya Jawa. Hal ini bisa kita perhatikan dalam desain-desain kaus oblong banyumasan yang menampilkan identitas budaya banyumasan yang seolah-olah ajeg dalam beberapa hal dan berbeda dari budaya Jawa. Contohnya desain-desain yang seolah-olah menuntut agar bahasa *ngapak* dijadikan sebagai syarat pengakuan sebagai *wong ngapak*. Hal ini menunjukkan ada upaya reproduksi bahwa bahasa *ngapak* sebagai bahasa asli

*wong ngapak* yang posisinya lebih tinggi dari bahasa lain, termasuk bahasa Jawa dan oleh karena itu harus dipertahankan. Hal ini seperti terlihat dalam desain "*bersatu kita kompak, bicara kita ngapak*"; "*ora ngapak dupak*"; dan lain-lain.

Penulis melihat makna-makna yang terbaca dalam desain kaus oblong banyumasan mendudukan identitas budaya Banyumas sebagai budaya pinggiran, kasar, *ndeso* dan berlawanan dengan budaya Jawa yang halus, tertutup, sopan, dan lain-lain. Beberapa desain dalam kaus tersebut juga ada yang seakan menegaskan bahwa identitas budaya banyumasan dipahami sebagai realitas yang sudah jadi dan berlawanan dengan identitas budaya Jawa. Artinya, secara tersirat ada penolakan bahwa Banyumas merupakan subkultur budaya Jawa.

## SIMPULAN

Ada sebuah upaya yang dilakukan sebagian masyarakat Banyumas untuk mendekonstruksi budaya banyumasan sebagai budaya pinggiran dimana pusatnya adalah budaya Jawa Solo-Yogya. Salah satu upaya tersebut adalah dengan memproduksi makna-makna baru melalui media kaus oblong banyumasan. Misalnya, makna baru bahwa Banyumas bukan komunitas pinggiran, karakter masyarakatnya lebih terbuka, dan bahasa *ngapak* yang tidak bisa dianggap sebagai bahasa rendahan. Beberapa hal tersebut merupakan proses negosiasi budaya Banyumas dengan budaya lainnya untuk menunjukkan bahwa Banyumas sangat berbeda dari budaya Jawa sehingga Banyumas bukan subkultur Jawa.

Banyumas memang sering diidentikkan sebagai subkultur Jawa. Namun, alih-alih mengadopsi budaya Jawa, identitas budaya yang terepresentasikan dalam kaus oblong banyumasan justru memproduksi makna tentang politik identitas. Produksi makna tersebut dilakukan melalui penggunaan bahasa banyumasan yang memosisikan Banyumas sebagai entitas budaya *dablongan* (tidak terikat *unggah-ungguh*), *cablaka* (apa adanya), dan gaya bicara yang *thokmelong* (spontan). 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

## DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, Roland. (1972). *Mythologies*. New York: Hill and Wang
- Herusatoto, Budiono. (2008). *Banyumas: Sejarah, Budaya, Bahasa dan Watak*. Yogyakarta: LKIS.
- Heryanto, Ariel (ed.). (2012). *Budaya Populer di Indonesia, Mencairnya Identitas Pasca Orde Baru*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Jones, R.I. (2015). *I'm with Stupid: Considering the Genre of The Humorous T-Shirts*, dalam *Grass Root Writing Research Journal* (online) (akses 6/ 10/ 2016)
- Koentjaraningrat. (1994). *Kebudayaan, Mentalitet, dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia.
- Priyadi, Sugeng.a. (2003). "Beberapa Karakter Orang Banyumas", *Jurnal Bahasa dan Seni* Vol. 31 No. 1/ 2003. Purwokerto: UMP ..... (2007). "Cablaka Sebagai Inti Model Karakter Manusia Banyumas", *Jurnal Diksi* Vol. 14 No. 1/ 2007. Purwokerto: UMP.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Sejarah Mentalitas Banyumas*, Yogyakarta: Penerbit Ombak
- \_\_\_\_\_. (2015). *Menuju Keemasan Banyumas*, diterbitkan atas kerja sama SIP: Purwokerto; UMP: Purwokerto dan Pustaka Pelajar: Yogyakarta.

- Purwadi. (2011). *Babad Tanah Jawa: Menelusuri Sejarah Kejayaan Jawa Kuno*, Yogyakarta: Panji Pustaka.
- \_\_\_\_\_. (2014). *History of Java: Melacak Asal-usul Tanah Jawa*, Yogyakarta: Mitra Abadi.
- Purwati dan Dwiyanto. (2008). *Kraton Surakarta: Sejarah, Pemerintahan, Konstitusi, Kesusastraan dan Kebudayaan*, Yogyakarta: Panji Pustaka
- Purwoko, Bambang S. (2009). *Sejarah Banyumas*, Purwokerto: Yayasan Sendang Mas
- Soemarsono. (2014). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sukardi,Tanto. (2014). *Tanam Paksa di Banyumas; Kajian Mengenai Sistem Pelaksanaan dan Dampak Sosial-Ekonomi*, diterbitkan atas kerja sama Pustaka Pelajar; Yogyakarta dan UMP: Purwokerto)
- Supriyanto. (2016). "Saniki Mawon Ngendikan Basa Panginyongan", makalah dalam *Seminar Bahasa Panginyongan* yang diselenggarakan oleh Balai Bahasa Jawa Tengah dan Majalah Ancas, 16 April 2016 di LPPM UNSOED Purwokerto.

