

Artikulasi Jersey Persib 2014

Sri Soedewi
Universitas Telkom
Jalan Telekomunikasi No. 1 Bandung

ABSTRACT

Persib jersey 2014 is the pride for bobotoh, because Persib became a champion for Indonesia Super League (ISL) competition in 2014. Not only to attract the customer, good performance of Persib also to attract the sponsor to promote their brands. Local culture of West Java use for Persib jersey 2014 design elements and become an interesting phenomenon in the middle of the issue of local culture decrease. Production of Persib jersey 2014 through some processes, like simplification to icon, logo, and design elements in jersey. Artwork design created from internal and external influences. The internal influences are ideal/concept, regulation of FIFA, PSSI, and media requirements. The External influence is to understand the audience taste/trend. There are some processes such as regulation, signification, consumption, production, and identity relates each others. In order to understand the meaning of Persib jersey of 2014, the Circuit of culture was created to find the interrelated from as many angles, and in as many contexts, as possible to articulating the meaning. From the relation between Circuit of culture moments in Persib jersey, the meaning is spirit of team togetherness to victory until they become the pride of West Java.

Keywords: Persib jersey, local culture, articulation, circuit of culture, the pride

PENDAHULUAN

Persib Bandung (Persatuan Sepak Bola Indonesia Bandung) merupakan tim sepak bola terbesar di Indonesia yang berasal dari Bandung dengan jumlah suporter 5,4 juta jiwa. Tim berjudul *Maung Bandung* ini memiliki banyak prestasi dan merupakan salah satu klub tertua di Indonesia yang masih eksis hingga saat ini¹. Eksistensi Persib semakin diperkuat dengan *jersey* atau seragam pemain yang khas dan beridentitas simbol maupun lambang kedaerahannya². Fanatisme suporter memberikan andil yang signifikan dalam membesarkan nama klub Persib, bahkan turut meramaikan kompetisi persepakbolaan nasional³.

Suporter Persib lebih dikenal dengan sebutan *bobotoh*, istilah tersebut muncul pada pertengahan dekade 1990-an. Bagi *bobotoh*, Persib adalah segalanya (Suhendra,

2014:161). Sebagai pendukung fanatik, para *bobotoh* rela mengeluarkan uang yang relatif tidak sedikit demi mendapatkan *jersey* Persib resmi/ *original*. Hal tersebut menjadi bukti bahwa *bobotoh* sangat mengidolakan dan mendukung klub kesayangannya tersebut.

Diraihnya prestasi tertinggi serta menguatnya fanatisme pendukung Persib Bandung (*bobotoh*), telah membangkitkan rasa kebanggaan ketika mengenakan *jersey* Persib Bandung. Kebanggaan tersebut tidak lepas pula dari kemahiran para pemain saat berlaga, serta ditunjang postur tubuh yang atletis dan ideal, sehingga saat mereka memakai *jersey* tampak enak dipandang. Tidak hanya itu, performa para pemain juga ditunjang oleh gaya rambut dan gestur yang khas baik saat selebrasi, maupun di luar lapangan. Perpaduan gaya ini membangun idola baru bagi *bobotoh*, baik

sebagai selebriti lapangan maupun idola figur. Sebagai idola, tanda tangan mereka diburu para penggemarnya. Tidak hanya itu para pemain idola tersebut mendapat tawaran-tawaran untuk menghiasi berbagai layar kaca. Baik itu di stasiun televisi lokal atau di telepon genggam berfasilitas kamera yang selalu dibawa bobotohnya (Wihara, 2007:5).

Desain *jersey* Persib telah mengalami perkembangan dari masa ke masa. Bahkan ketika unsur elemen-elemen dan simbol Jawa Barat mulai ditampilkan pada desain *jersey* Persib sebagai identitas Jawa Barat, *jersey* Persib mendapatkan predikat desain *jersey* terbaik dunia peringkat ke-98 pada tahun 2011/2012 dan peringkat ke-87 pada tahun 2013/2014⁴. Desain *jersey* Persib 2014 mengandung muatan simbol-simbol nasionalisme, semangat kemenangan, serta kebanggaan menjadi tim besar di kancah sepakbola Indonesia. Tahun 2014 menjadi tahun gemilang bagi klub Persib. Karena setelah hampir 20 tahun belum mendapat kemenangan, akhirnya masuk ke Babak Final *Indonesia Super League* (ISL).

Bagi sebuah tim sepakbola khususnya Persib, *jersey* dapat menghasilkan keuntungan materi yang sangat besar, yaitu dari penjualan dan penempatan sponsor yang ditempelkan pada *jersey*. Sehingga desain yang bagus dan prestasi klub sangat dibutuhkan untuk menarik perhatian pihak sponsor.



Gambar 1. *Jersey* utama Persib 2014
(Dok. Sri Soedewi, 2016)

Jersey Persib 2014 menjadi kekuatan produk yang utuh karena pada tahun 2014 Persib menjadi juara *Indonesian Super League* dan naik ke kasta yang lebih tinggi dengan mengikuti kejuaraan tingkat asia, yaitu *Asean Football Federation* (AFF) dan *Asian Football Confederation* (AFC). Selain itu penggunaan elemen-elemen Jawa Barat pada desain *jersey* 2014, membuat identitas Jawa Barat semakin melekat pada Persib. Prestasi dan penggunaan tema kelokalan pada desain *jersey* Persib tersebut diharapkan dapat mendorong minat para pecinta Persib untuk membeli dan menggunakan *jersey* Persib 2014.

Menurut Achmad Gunawan Anwar selaku Manager *Merchandise* Persib, sebanyak 1500 pcs *jersey* habis terjual hanya dalam waktu seminggu (wawancara, 14 Januari 2015). Setelah memenangkan kompetisi ISL 2014, *jersey* Persib 2014 menjadi semakin diburu oleh *bobotoh*.

Jersey Persib 2014 yang dikenakan oleh para *bobotoh* selain dapat menyampaikan atau mengkomunikasikan posisi sosial dari penggunaanya, di dalamnya juga terdapat elemen-elemen seperti regulasi, produksi, konsumsi, signifikasi, dan identitas yang prosesnya tidak selalu beriringan. Masing-masing elemen yang terdapat pada *jersey* Persib 2014 diartikulasikan pada suatu sirkuit budaya sehingga terdapat relasi yang saling berhubungan antar proses dan menghasilkan makna.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan model pembacaan sirkuit budaya melalui desain *jersey* Persib 2014, memberikan model pendekatan mengenai proses artikulasi makna dalam sebuah konteks budaya, dan memberikan pemahaman bahwa pentingnya strategi multikultural pada desain *jersey* tim sepakbola lokal untuk menunjukkan serta mempertahankan identitas lokal daerah dengan menggunakan konsep glokalisasi agar dapat bersaing di pasar global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokalitas Sunda Pada Jersey

Dalam *circuit of culture*, tanda merupakan alat komunikasi suatu produk budaya yang berkaitan dengan proses produksi, konsumsi, regulasi, signifikasi, dan identitas. Produk budaya merupakan sesuatu yang dapat dimaknai sebagai segala hal yang berkaitan dengan proses produksi yang tidak hanya diproduksi secara teknis (*technically*), tetapi bagaimana sebuah produk industri diproduksi secara kultural (*culturally*) dan bagaimana produk tersebut menjadi mempunyai makna dalam proses produksinya (Du Gay, 1997:4).

Tanda di dalam *jersey* Persib 2014 meliputi unsur visual pada desain yang mengandung lokalitas Sunda berupa garis, bidang, warna, *layout*/komposisi, irama, teks/huruf, ikon, tekstur, dan slogan. Tanda-tanda tersebut merepresentasikan lokalitas daerah yaitu lokalitas Sunda yang maknanya diharapkan dapat memberikan pengaruh kepada pemain ketika menggunakannya pada saat bertanding. Unsur lokalitas *jersey* Persib 2014 yaitu terdapat pada ornamen kujang, garis corak dada harimau/*maung*, elemen api yang merupakan simbol Bandung lautan api, elemen teks/aksara Sunda yang terdapat pada slogan.

1. Kujang

Kujang yang merupakan simbol Jawa Barat/Sunda terdapat pada *jersey* Persib 2014, yaitu ornamen kujang pada angka pemain (*nameset*) yang terletak di belakang *jersey*, ikon pada slogan "Pangeran biru, *maung* Bandung" di kerah belakang, dan ikon pada slogan "Persib *Salawasna*" yang terletak di bagian dalam *jersey*. Kujang berasal dari kata *Ku Jawa Hyang* atau *Ku Dyah Hyang*, yang merupakan wujud dari dimulainya sistem ketatanegaraan di wilayah *Nusa Kendeng* atau *Dwipantara* (nama pulau Jawa saat itu). Bahan baku kujang terdiri dari tiga unsur, yaitu baja, besi dan pamor.

Berdasarkan bentuknya, kujang terdiri dari *kujang ciung*, *jago*, *kuntul*, *bangkong*, *naga*, *wayang*, *badak*, *kudi*, dan bentuk lainnya. Sedangkan berdasarkan jenisnya, kujang terdiri dari kujang *pusaka*, *pakarang*, *pangarak*, dan *pamangkas*/perkakas⁸. Berdasarkan jumlah mata atau lubangnya, kujang dapat diartikan sebagai⁹:

- *Mandala Agung*, yaitu kujang bermata sembilan (*medal*), pemegangnya biasanya Raja Brahmesta dan Pandita Agung.
- *Mandala Sama*, yaitu kujang bermata delapan (*ngajadi*).
- *Mandala Jati*, yaitu kujang bermata tujuh (*malik*), pemegangnya biasanya Prabu Anom, Mantri Dangka, dan Pandita.
- *Mandala Suda*, yaitu kujang bermata enam (*usik*).
- *Mandala Seba*, yaitu kujang bermata lima (*mangrupa*), pemegangnya biasanya bupati, geurang serat, geurang puun.
- *Mandala Rasa*, yaitu kujang bermata empat (*gumelar*), biasanya pemegangnya para *menak* keraton.
- *Mandala Karma*, yaitu kujang bermata tiga (*gumulung*), biasanya pemegangnya para Puun.
- *Mandala Permana*, yaitu kujang bermata dua (*lumenggang*).
- *Mandala Kasungka*, yaitu kujang bermata satu (*ngaherang*).

Pada *jersey* Persib 2014, kujang digunakan sebagai ikon dan ornamen yang terdapat pada tiga bagian, yaitu ornamen kujang pada angka pemain (*nameset*), pada slogan "Pangeran biru, *maung* Bandung" dan pada slogan "Persib *Salawasna*". Kujang yang digunakan sebagai ikon dan ornamen pada *jersey* adalah kujang berlubang empat. Berdasarkan uraian di atas, lubang empat di kujang pada *jersey* melambangkan *menak*/bangsawan dan dapat memberikan keberanian/percaya diri serta perlindungan



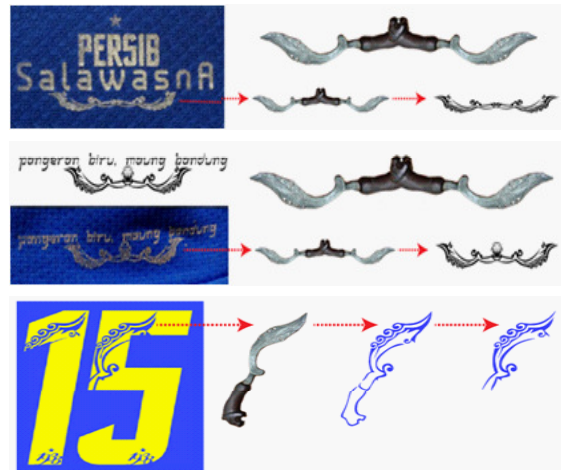
Gambar 2. Ikon kujang pada Jersey 2014
(Dok. Sri Soedewi, 2016)

ketika bertarung. Penggunaan ikon dan ornamen kujang pada jersey mempunyai harapan agar tim Persib tidak akan kalah ketika bertanding karena sudah dilengkapi oleh senjata Kujang. Kekuatan dari kujang tersebut diharapkan dapat membantu perjuangan tim Persib ketika bertanding.

2. Aksara Sunda

Aksara Sunda diciptakan oleh masyarakat Sunda sekitar abad 5 M yang terpengaruh dari aksara India dan Tibet. Kebudayaan Sunda memiliki kekayaan peninggalan kebudayaan berupa benda-benda bertulis, seperti prasasti, piagam, serta naskah kuno yang cukup banyak. Hal ini menunjukkan adanya kecakapan tradisi tulis-menulis di kalangan masyarakat Sunda. Kenyataan tersebut sekaligus membuktikan adanya kesadaran yang tinggi dari para pendahulu masyarakat Sunda mengenai pentingnya penyampaian informasi hasil ketajaman wawasan, pikiran, dan perasaan mereka berupa gagasan atau ide-ide yang mereka rekam melalui sarana bahasa dan aksara pada setiap kurun waktu yang dilaluinya.

Secara umum, lambang-lambang aksara Sunda Kuno dapat disusun ke dalam kelompok *aksara swara*, *aksara ngalagena*, *aksara khusus*, *rarangknén*, dan *pasangan*. Pada dasarnya aksara Sunda mempunyai dua jenis bentuk, yaitu bentuk melengkung/meliuk-liuk yang merupakan pengaruh dari huruf Palawa/India, dan bentuk yang agak kaku dan tajam yang merupakan pengaruh dari Tibet¹⁰.



Gambar 3. Kujang lubang empat yang digunakan sebagai ikon dan ornamen pada Jersey 2014.
(Dok. Sri Soedewi, 2016)

Berdasarkan penjelasan mengenai aksara Sunda tersebut, maka huruf yang digunakan pada slogan “pangeran biru, maung Bandung” merupakan huruf modern yang dimodifikasikan dengan aksara Sunda. Huruf pada slogan memiliki struktur bentuk yang melengkung dan kaku, sehingga aksan aksara Sunda terlihat jelas pada slogan tersebut.



Gambar 4. Modifikasi aksara Sunda pada slogan (Dok. Sri Soedewi, 2016)

3. Identitas Bandung

Logo Persib diambil dari logo Bandung yang dimodifikasi dari logo Bandung dan

slogan “*gemah ripah wibawa mukti*” yang dihilangkan. Penggunaan logo tersebut untuk memperkuat bahwa Persib merupakan klub sepakbola yang berasal dari Bandung dan makin memperkuat identitas Bandung. Pada *jersey* Persib 2014, logo terdapat di kiri dada pemain. Pada bagian tameng logo ditambahkan teks Persib dan angka 1933 yaitu tahun berdirinya Persib, serta garis pada tameng yang awalnya meruncing pada bagian bawah diubah menjadi melengkung.

Menurut Nugroho (2015:101), garis lengkung memberikan kesan fleksibel, harmonis, dan sopan. *Outline*/garis pinggir hitam di sekitar logo dihilangkan untuk memberikan kesan sederhana dan terlihat lebih modern. Garis lekukan air yang semula berbentuk lentur diubah menjadi kaku dan warna biru muda diganti dengan biru tua. Garis kaku memberi kesan tegas, benar, dan teliti (Nugroho, 2015:102), sedangkan biru tua memberi kesan kematangan dan rendah hati¹¹.

Dari analisis tersebut, logo Persib merupakan modifikasi dari logo Bandung yang mencerminkan karakter sederhana, modern, rendah hati, kokoh, dan santun, sehingga sangat mencerminkan karakter masyarakat Bandung.



Gambar 5. Modifikasi logo Persib (Dok. Sri Soedewi, 2016)

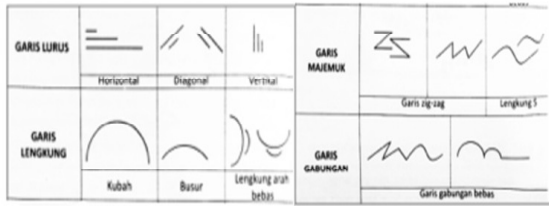
4. Harimau/Maung

Pada bagian depan *jersey* Persib 2014 terdapat corak dada harimau/*maung*. Harimau bagi masyarakat Sunda atau biasa

disebut sebagai *maung* dipercaya sebagai mitos penjelmaan dari Prabu Siliwangi. Prabu Siliwangi bukanlah nama asli tetapi nama yang diberikan sebagai julukan/gelar. Keberadaan Prabu Siliwangi bisa ditelusuri pada sejumlah naskah kuno, di antaranya Naskah *Carita Parahiyangan* episode XVI (di Perpustakaan Nasional RI Jakarta), Naskah *Bujangga Manik* (di Perpustakaan Oxford Inggris), Naskah *Sanghyang Siksa Kandang Karesian* (naskah lontar abad XVI, koropak 421), Naskah *Carita Purwaka Caruban Nagari*, dan naskah yang masih “kontroversial”, Naskah *Wangsakerta* (di Museum Sribaduga Bandung). Pada awal abad ke-16 pun nama Siliwangi sudah dikenal sebagai salah seorang tokoh dalam cerita pantun¹².

Menurut mitos yang berkembang di masyarakat Sunda, *Maung* juga dipercaya oleh masyarakat Sunda sebagai sosok Prabu Siliwangi karena dalam mitologi Pajajaran diyakini bahwa Prabu Siliwangi yang dikejar oleh keponakannya Kian Santang untuk diislamkan, lari ke hutan dan beliau menghilang lalu berubah wujud menjadi *maung*/harimau. *Maung* memiliki karakter yang penuh kekuatan dan tak terkalahkan dengan semangat keberanian, kejujuran, serta kewibawaannya¹³. Kebenaran mengenai Prabu Siliwangi yang menjelma sebagai harimau/*maung* masih diperdebatkan karena belum ada fakta yang menunjukkan mengenai cerita tersebut. Tetapi sebagian masyarakat Sunda mempercayai kekuatan dari *maung* sebagai penjelmaan Prabu Siliwangi tersebut, sehingga *maung* banyak digunakan sebagai simbol Jawa Barat. Berdasarkan penjelasan mengenai *maung* di atas, maka *maung* yang memiliki karakter kuat, lincah, dan gesit, diharapkan dapat melekat pada pemain Persib ketika menggunakan *jersey* saat bertanding.

Dada harimau/*maung* yang digunakan pada *jersey* Persib 2014 sebagai unsur garis pada bagian depan *jersey* utama dan *jersey* kedua pemain, yaitu berupa garis lurus



Gambar 6. Jenis garis.
(Dok. Nugroho 2015: 103-014)



Gambar 7. Garis diagonal dada maung yang membentuk pola "V" pada jersey Persib 2014.
(Dok. Sri Soedewi 2016)

diagonal yang disusun secara miring dan membentuk pola "V". Garis lurus (*straight*) menggambarkan rasa kaku, ketegasan, kebenaran, dan ketelitian. Sedangkan garis lengkung (*curved*) adalah fleksibel, harmonis, kalem, feminin, terang, sopan, budiman (Nugroho, 2015: 101-102).

Jenis garis yang terdapat pada jersey Persib 2014 adalah garis lurus diagonal. Garis lurus memiliki karakter tegas, dan diagonal memberi kesan seperti orang berlari/meluncur, melakukan *movement*/pergerakan, dinamis, gesit, serta lincah (Nugroho, 2015:108). Susunan garis diagonal yang membentuk pola "V" memiliki makna sebagai "*victory*" atau kemenangan.

Sirkuit Budaya Jersey

Analisis sirkuit budaya dilakukan untuk memperoleh pemaknaan yang lengkap

melalui pendekatan kajian budaya. Untuk memahami sebuah produk budaya yang terangkum dalam suatu sirkuit budaya, terdapat lima elemen yang harus diteliti, yaitu regulasi, produksi, konsumsi, signifikasi, dan identitas (du Gay 1997:2). Untuk dapat menelusuri makna secara lengkap yang diartikulasikan melalui sirkuit budaya, berikut terdapat beberapa tahapan yang merupakan proses dari artikulasi momen pada jersey Persib 2014:

1. Regulasi Pembuatan Jersey

Ketika akan membuat desain jersey, selain memperhatikan aspek estetika dan kebutuhan media visual, beberapa regulasi baku untuk pembuatan jersey seperti ukuran *nameset*, logo, dan lain-lain harus mengikuti regulasi dari *Asian Football Confederation* (AFC) dan *Federation of International Football Association* (FIFA) sebagai induk organisasi sepak bola Asia dan Internasional, serta PSSI sebagai panduan nasional. Jersey yang digunakan untuk pemain harus fungsional tanpa melupakan estetika, terutama pada jersey utama (*home*). Semua logo sponsor pada jersey diganti menjadi berwarna putih dan jarak/spasi antar huruf serta ketebalan logo sponsor diperbaiki atas persetujuan pihak sponsor, agar lebih baik dalam pembacaan nama sponsor ketika dilihat dari jarak yang jauh.

Logo sponsor menjadi bagian dari elemen signifikasi pada sirkuit budaya, karena merupakan identitas dan realitas desain pada jersey. Selain warna logo sponsor, warna untuk nama dan nomor punggung (*nameset*) juga harus disesuaikan. Pada desain jersey Persib 2014, terdapat sponsor yang logonya berwarna kuning. Kuning bersifat dominan, jika dipadukan dengan *numbering set* yang berwarna hijau *scotlight* (hijau menyala) yang nyaris mendekati warna kuning, maka desain akan terlihat lebih selaras.

Selain aspek estetika, dalam perancangan nama dan nomor punggung (*nameset*),

Iwan juga harus memikirkan kebutuhan media visual seperti televisi dan foto, serta para penonton di lapangan. Menurutnya, identitas pemain harus terlihat jelas oleh para penonton dan juga media/wartawan. Jika memperhatikan aspek estetika dalam pembuatan *jersey*, maka fungsi dari *jersey* akan terlihat jelas. Untuk *layout*, jarak antara sponsor, nama, dan nomor pada sponsor pada *jersey* diganti menjadi penting dari elemen *jersey*, bagi penonton di stadion dan televisi, sehingga mereka dapat mudah mengetahui identitas pemain meskipun dilihat dari jarak yang jauh, *jersey* harus terlihat ketika ditampilkan di televisi. Penempatan ini merupakan bagian penting dari elemen *jersey* bagi penonton di stadion dan televisi, sehingga mereka dapat mudah mengetahui identitas pemain meskipun dilihat dari jarak yang jauh.

Elemen lainnya seperti pencantuman slogan “Pangeran Biru, *Maung* Bandung” pada bagian leher belakang *jersey*, dan slogan “Persib *Salawasna*” pada bagian dalam *jersey* tidak terlepas dari nilai sejarah dari tim Persib. Bentuk kumpang yang menjadi ornamen pada nomor punggung *jersey* juga mengandung makna mendalam, yaitu kumpang sebagai salah satu senjata khas dari Jawa Barat dan juga menjadi senjata bagi Prabu Siliwangi. Sehingga makin mengentalkan identitas yang akan memperkuat alasan bahwa Persib adalah tim dari Tanah Pasundan. Pencantuman angka 1933 sebagai ornamen pada nomor punggung mempunyai maksud sebagai tahun kelahiran Persib. Menurut Achmad Gunawan Anwar (desainer *jersey* Persib: wawancara 14 Januari 2015), pencantuman beberapa elemen kebudayaan khas Jawa Barat pada *jersey* Persib didasarkan adanya perluasan makna dari sepak bola sepakbola. Karena sepakbola sudah bukan lagi sekadar olahraga, melainkan sudah berkembang menjadi sebuah budaya masyarakat yang menjadi *trend setter* dan juga budaya Jawa Barat.

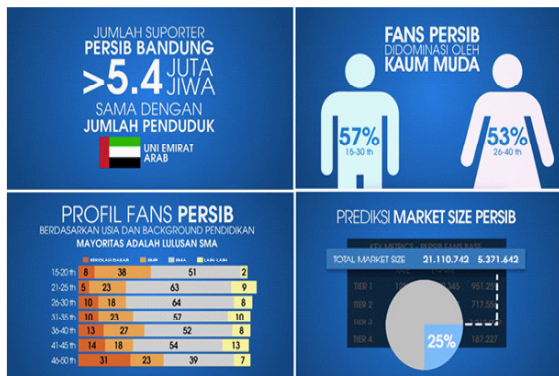


Gambar 8. Logo sponsor pada *jersey* Persib 2014 yang merupakan elemen signifikasi dan realitas desain *jersey*. (Dok. Achmad Gunawan Anwar, 2013)

2. Produksi dan Konsumsi *Jersey*

Persib memiliki jumlah suporter terbesar di Indonesia yaitu 5,3 juta jiwa, yang terdiri dari lima puluh tujuh persen (57%) suporter usia 15-30 tahun dan lima puluh tiga persen (53%) suporter usia 26-40 tahun, sehingga suporter tim Persib didominasi oleh kaum muda. Berdasarkan usia dan latar belakang pendidikan, mayoritas suporter Persib adalah lulusan SMA. Lima puluh dua persen (52%) pendukungnya memiliki pengeluaran perbulan Rp 900.001-Rp 750.00114. Dukungan dalam jumlah besar tidak hanya didapatkan dari suporter yang menonton pertandingan secara langsung, tetapi juga didapatkan dari media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*. Pada media sosial, Persib mendapatkan dukungan lebih dari 5,4 juta pada *Facebook* dan lebih dari 900 ribu pada *Twitter*.

Dukungan suporter yang sangat besar tersebut membuat PT. Persib Bandung Bermartabat (PT. PBB) perusahaan yang mengelola Persib Bandung sejak pertengahan tahun 2009, mulai serius membidik pasar konsumen melalui produk *Merchandise*.



Gambar 9. Video Profil Persib.
(Dok. PT. Persib Bandung Bermartabat, 2014)

Penjualan *Merchandise* Persib adalah tujuan PT. PBB yang diharapkan mendatangkan keuntungan ekonomi.

Disaat pendapatan dari sektor penjualan tiket pertandingan dan hak siar masih dianggap belum terlalu optimal, maka penjualan *Merchandise* khususnya produksi *jersey* diharapkan menjadi salah satu sektor yang mampu jadi penopang keuangan Persib terbesar setelah *sponsorship*. Fanatisme *Bobotoh* diharapkan jadi indikator yang mampu meningkatkan penjualan replika *jersey* Persib.

Setelah produksi, konsumsi merupakan bagian penting yang dapat menentukan faktor produksi. Secara umum konsumsi sering dimaknai sebagai bagian akhir dari proses produksi, dimana suatu benda atau produk akan habis setelah dikonsumsi. Tetapi di dalam sirkuit budaya Stuart Hall, produksi dan konsumsi beserta elemen lainnya dipandang sebagai suatu elemen yang memiliki relasi, dimana elemen satu dan yang lainnya saling memberi makna satu sama lain. Tanpa adanya proses produksi, tidak akan ada konsumsi objek, sebaliknya tanpa adanya konsumsi maka produksi menjadi tidak akan mempunyai makna, begitu pula dengan elemen yang lainnya. Konsumsi telah menjadi gaya hidup masyarakat, karena seseorang akan dilihat dan dinilai melalui barang-barang yang dikonsumsinya.

"While producers attempt to encode products with particular meanings and associations, this is not the end of the story or 'biography' of a product, because these tells us nothing about what those products may come to mean for those using them. In other words, meanings are not just 'sent' by producers and 'received', passively, by consumers; rather meanings are actively made in consumption, through the use to which people put these products in their everyday lives" (Du Gay, 1997:7).

Kegiatan konsumsi tidak hanya memiliki arti sebagai pembelian dan penggunaan produk saja, tetapi juga sebagai konsumsi makna. Ketika produsen menciptakan produk, mereka juga merancang konsep maknanya. Makna produk tersebut tidak hanya berakhir pada konsep makna yang diciptakan oleh produsennya saja. Konsumen akan memberikan makna terhadap produk yang telah dibeli atau digunakannya dalam kehidupan mereka sehari-hari, sehingga produksi tidak hanya menghasilkan produk untuk dikonsumsi saja, tetapi juga menghasilkan produksi perilaku konsumsi (*behavior and lifestyle*). Mackay (1997:3) mengemukakan bahwa "*we become what we consume*". Persib adalah klub yang selalu menampilkan *jersey* dengan desain baru setiap awal musim pertandingan. Semenjak Persib menjadi perusahaan swasta, setiap tahun desain *jersey* dikerjakan oleh tim desainer Persib dan pemilihan desain dilakukan atas persetujuan manajemen. Desain *jersey* tidak hanya dibuat oleh produsen tetapi desain juga harus mengandung makna yang bisa mewakili masyarakat pecinta sepak bola Jawa Barat. Ketika Persib menentukan suatu desain *jersey*, maka desain harus dapat bertahan lama atau minimal satu musim pertandingan (satu tahun) karena *jersey* tersebut akan menjadi identitas tim selama satu musim. Produksi *jersey* Persib tidak akan mempunyai makna jika tidak ada mengonsumsinya. Sebaliknya *jersey* Persib akan menjadi sangat bermakna ketika permintaan konsumsi meningkat. *Jersey* Persib memang menjadi identitas tim

yang tidak bisa lepas dari kontroversi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produksi dan konsumsi mempunyai kaitan yang erat dengan konstruksi identitas.

3. Lokalitas Sunda Sebagai Signifikasi *Jersey*

Perkembangan teknologi yang pesat pada era globalisasi ini membuat identitas menjadi persoalan yang penting. Perkembangan teknologi dan derasnya arus globalisasi merupakan sebuah fenomena yang tidak bisa dihindari. Globalisasi dapat memberikan pengaruh negatif seperti pudarnya eksistensi budaya-budaya lokal. Pengaruh globalisasi berasal dari negara-negara maju dengan budaya barat yang dianggap banyak memiliki pengaruh negatifnya terhadap budaya timur. Maka hal tersebut dapat menjadi ancaman untuk kelestarian nilai-nilai lokal di negara berkembang, khususnya di Indonesia. Oleh karena itu eksistensi identitas budaya lokal di era globalisasi sangat penting untuk mempertahankan budaya lokal. Nilai global yang diinterpretasikan dengan nilai lokal tersebut merupakan glocalisasi. Agar nilai-nilai global yang berasal dari budaya barat dapat dengan mudah diterima dengan mudah oleh masyarakat negara lain, maka kebudayaan tersebut ditambahkan nilai-nilai lokal sehingga terjadi semacam percampuran kebudayaan. Dalam *jersey* Persib 2014, glocalisasi menjadi penanda/signifikasi yaitu berupa unsur-unsur visual yang mengandung nilai-nilai lokal, sehingga menghasilkan makna.

Arus informasi di era globalisasi ini sangat mudah tersebar ke semua penjuru daerah, termasuk penyebaran informasi dalam bidang olahraga seperti sepak bola. Oleh karena itu masyarakat Indonesia banyak yang mengidolakan tim sepak bola luar negeri dengan membeli *merchandisenya* dibandingkan tim sepak bola lokal. Untuk menghindari hal tersebut, maka Persib menciptakan desain *jersey* yang mengang-

kat tema budaya Sunda seperti pada *jersey* 2014 dengan mengadaptasi pengetahuan global dalam teknik/teknologi pembuatannya. Hal ini dilakukan agar budaya lokal tetap terjaga di masyarakat melalui pembuatan *Merchandise* Persib khususnya *jersey*. Desain lokal pada *jersey* merupakan fenomena menarik di tengah isu tentang turunnya nilai-nilai lokal daerah yang sedang terjadi sekarang ini. Nilai budaya lokal dalam desain *jersey* ini menjadi sebagai salah satu kekuatan daerah yang mengaktualisasikan dan menanamkan semangat Sunda melalui desain *jersey*. Dengan demikian, glocalisasi tidak hanya menampilkan identitas budaya, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya budaya yang memiliki kemampuan untuk berinteraksi bersama dan dapat memperkuat multikulturalisme.

Visualisasi nilai lokal/nasionalisme dalam suatu iklan/karya seni menurut Didit Widiatmoko (2009: 44-46) dapat dianalisis berdasarkan kriteria visual dan *copy/teks*. Maka unsur lokalitas berdasarkan kriteria visual pada *jersey* Persib 2014 adalah sebagai berikut:

- Strip merah putih yang terdapat pada lengan *jersey*.
- Corak dada harimau yang terdapat pada bagian depan *jersey* utama dan kedua.
- Corak Bandung Lautan Api yang terdapat *jersey* utama kiper dan *jersey* ketiga pemain.
- Ornamen Kujang yang terdapat pada angka pemain dan slogan-slogan.
- Logo Persib yang terdapat pada bagian kiri depan *jersey*.

Sedangkan berdasarkan kriteria *copy/teks* pada *jersey* Persib 2014 adalah sebagai berikut:

- *Tagline* "Persib *Salawasna*" yang terdapat pada sebelah kiri bagian dalam *jersey*.
- *Tagline* "Pangeran Biru, *Maung* Bandung" yang terdapat pada bagian be-

lakang kerah *jersey*.

Semua visualisasi pada *jersey* Persib 2014 ini menunjukkan nilai lokalitas karena mengandung visual yang menggambarkan budaya Sunda, kebanggaan dan rasa kepemilikan terhadap Persib.

4. Identitas *Jersey* Persib Sebagai Jati Diri Penggemar

Stuart hall (1989:223-225) berpandangan bahwa identitas budaya dapat dipahami melalui dua cara, yaitu identitas budaya dipandang sebagai suatu syarat dan kebudayaan bersama, serta semacam 'suatu jati diri' bersama, dengan latar belakang sejarah dan leluhur yang diyakini sama. Pada cara pandang pertama ini, identitas budaya menggambarkan pengalaman hidup dan kebudayaan seseorang sebagai jati diri sejati seorang individu. Identitas bukan merupakan wujud universal tetapi membentuk konstruksi budaya secara spesifik. Melalui cara pandang pertama ini, identitas budaya dipandang sebagai jati diri sejati seseorang sebagai individu (*one true self*) yang menggambarkan riwayat hidup serta kebudayaan seseorang sebagai jati dirinya. Cara kedua, identitas budaya dipandang melalui persamaan maupun perbedaan yang dimiliki. Hal ini merupakan cara yang menunjukkan bahwa siapa kita sebenarnya atau menjadi apa kita. Identitas budaya merupakan permasalahan tentang menjadi sesuatu yang akhirnya menjadi sosok, dan melibatkan masa depan sampai masa lalu seseorang.

Persib termasuk ke dalam identitas budaya, karena Persib telah menjadi kebanggaan dan salah satu identitas masyarakat Jawa Barat. Dukungan terhadap Persib juga telah membudaya semenjak Persib berdiri sebelum masa kemerdekaan Indonesia yaitu pada tahun 1933. Meskipun berbeda latar belakang sosial, pendidikan, agama, dan usia, tetapi persamaan ikatan sejarah dan pewarisan cinta Persib secara turun-temurun dari keluarga menjadikan keberadaan

Persib sangat melekat pada diri warga Jawa Barat yang mendukung Persib (*Bobotoh*). Pertandingan Persib menjadi tempat berkumpulnya para *Bobotoh*, sehingga dari kebiasaan menonton pertandingan bareng inilah rasa fanatisme terhadap Persib diturunkan. Menjadi *Bobotoh* pun merupakan sebuah budaya yang diwariskan dari orangtua atau orang terdekat. Kemudian rasa fanatisme tersebut mereka tunjukkan sebagai jati diri sebagai seorang penggemar Persib di tengah-tengah masyarakat lainnya.

Meskipun berdiri di Bandung, pendukung Persib tidak hanya berasal dari kota Bandung, tetapi dari seluruh Jawa Barat. Persib menjadi tim besar karena dukungannya yang besar dari penggemarnya/*Bobotoh*. Bagi *Bobotoh* Persib telah menjadi kehidupan sehari-hari dan merupakan budaya yang diturunkan melalui keluarga ataupun masyarakat lingkungan sekitar seperti teman ataupun tetangga. Menonton pertandingan Persib secara langsung ataupun di televisi menjadi budaya yang berkembang pada masyarakat penggemar sepakbola. Pengaruh dari keluarga merupakan faktor pengaruh yang paling besar dalam menumbuhkan rasa fanatisme pada Persib. Metode sampling pengambilan informan dalam menggali identitas *jersey* Persib sebagai jati diri penggemar, diambil berdasarkan perwakilan dari berbagai usia dan jenis profesi dari 5,4 juta penggemar Persib (PT. PBB, 2014: video profil Persib). Berikut hasil wawancara dari beberapa *Bobotoh* yang menjadi informan mengenai Persib.

Informan pertama adalah seorang *Bobotoh* sejati Persib bernama Fahri Abdul¹⁵. Sewaktu kecil Fahri hanya sebatas mengetahui Persib saja dan belum terlalu menyukai Persib. Tetapi karena ayah dan kakaknya sering mengajaknya menonton pertandingan Persib maka sedikit demi sedikit mulai tumbuh rasa kagum terhadap Persib. Kekaguman terhadap Persib menjadi semakin bertambah ketika ayahnya

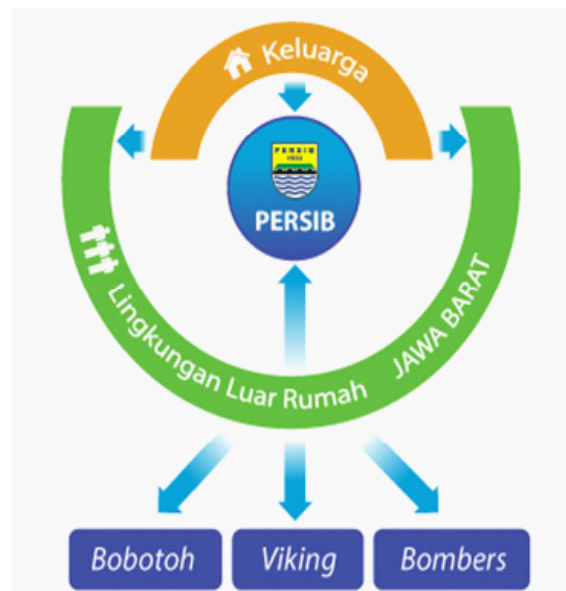
mengajak untuk menonton pertandingan secara langsung di Stadion Jalak Harupat ketika Sekolah Dasar. Karena rasa kagum yang sangat besar terhadap Persib, akhirnya Fahri mulai menyisihkan uang sakunya untuk membeli *jersey* Persib *original* ketika Sekolah Menengah Pertama sekitar tahun 2004. Setelah memiliki *jersey* Persib 2014, Fahri merasa sangat bangga karena *jersey* tersebut merupakan *jersey* yang menjadi penanda sejarah kemenangan Persib. Kegemaran Fahri terhadap Persib yang diturunkan oleh ayahnya tersebut kini ia turunkan kepada keponakan-keponakan dan adik iparnya.

Informan kedua adalah seorang *Bobotoh* yang bernama Mara Satria Winandar¹⁶. Dia menyukai Persib karena menurutnya “Persib itu merupakan kebanggaan Jawa Barat dan tradisi serta budaya orang Sunda, jadi kalau suka sama sepakbola pasti menyukai Persib”. Awal ketertarikannya terhadap Persib adalah ketika berumur 3 tahun dia sering diajak ke stadion untuk menyaksikan pertandingan secara langsung oleh ayahnya. Menurutny, mengenalkan Persib sudah menjadi tradisi keluarga yang dilakukan secara turun-temurun. Karena ketertarikannya terhadap Persib, Mara mengoleksi berbagai *jersey* Persib mulai dari tahun 2012. Memiliki *jersey* 2014 adalah hal yang paling membuatnya bangga, karena *jersey* ini memiliki sejarah kemenangan yang selama 20 tahun tidak berhasil menjadi juara dan pada tahun 2014 akhirnya menjadi juara kompetisi, selain itu desain *jersey* juga lebih menunjukkan khas Jawa Barat.

Informan ketiga adalah seorang *Bobotoh* bernama Reza¹⁷. Menurutny dia mulai menyukai Persib karena sejak kecil sering diajak menonton pertandingan Persib secara langsung di Stadion oleh orang tuanya. Untuk membantu pemasukan klub Persib, Reza membeli *jersey original*. Dia membeli *jersey* dari mulai tahun 2005, dan

juga membeli *jersey* 2014 untuk melengkapi koleksinya. Setelah memiliki *jersey* 2014 Reza merasa sangat senang karena *jersey* tersebut memiliki nilai historis dan ketika memakai *jersey* tersebut berharap Persib dapat menjadi juara lagi.

Setelah melakukan wawancara terhadap beberapa *Bobotoh*, maka dapat disimpulkan bahwa Persib merupakan sebuah budaya dan tradisi yang dikenalkan oleh keluarga atau orang terdekat secara turun-temurun bagi masyarakat Jawa Barat. Mereka awalnya hanya mengenal Persib, tetapi dorongan keluarga dan lingkungan sekitar membuat mereka menjadi tertarik untuk menyaksikan pertandingan baik di televisi maupun secara langsung. Faktor tersebut mendorong mereka untuk lebih mengenal dan menyukai Persib. Sehingga sebuah olah raga sepakbola telah diubah oleh Persib menjadi sebuah budaya bagi masyarakat Jawa Barat pada umumnya dan kehidupan masyarakatnya.



Gambar 10. Skema Budaya Persib.
(Foto: dokumentasi Sri Soedewi, 2016)

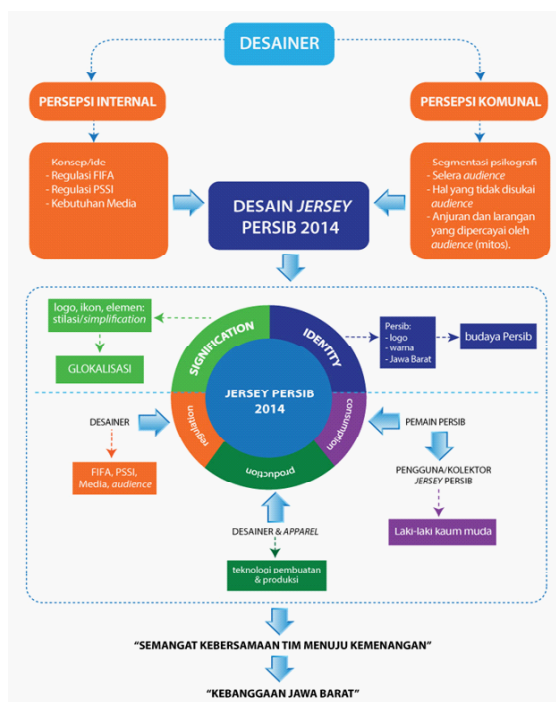
SIMPULAN

Desain diciptakan untuk *audience*, sehingga dalam perancangan desain selain

memikirkan konsep atau ide, seorang desainer juga harus mempertimbangkan kebutuhan *audience*/komunal agar desain tersebut dapat diterima oleh *audience* (*bobotoh* dan tim Persib). Dalam menciptakan sebuah karya desain, seorang desainer tidak dapat idealis hanya memasukkan ide/konsepnya saja, tetapi dia harus menerima masukan dari eksternal seperti selera *audience* dan apa yang tidak disukai oleh *audience*. Sebuah karya desain dianggap berhasil pada saat *audience* dapat menerima karya tersebut, dan makna (persuasi) yang ingin disampaikan oleh desainer dapat dimengerti oleh *audience*. Oleh karena itu, di dalam pembuatan *jersey* Persib 2014, persepsi internal (ide/konsep) dan komunal (selera *audience*) turut mempengaruhi desainer dalam pembuatan desain *jersey*.

Dari analisis proses budaya yang meliputi elemen regulasi, produksi, konsumsi, signifikasi, dan identitas, maka pada *jersey* Persib 2014 telah menunjukkan adanya relasi antar elemen. Elemen-elemen tersebut saling memiliki keterkaitan/koneksi satu sama lain, yaitu terjadi proses koneksi antar elemen yang berbeda secara bersamaan dalam sebuah lingkaran elemen yang disebut sebagai sirkuit budaya. Stuart Hall menamakan hubungan antar elemen sirkuit budaya tersebut sebagai artikulasi/*articulating the moments* (Slack, 2003:112). Artikulasi merupakan proses mengekspresikan dan berpartisipasi, karena proses pemaknaan harus diekspresikan dalam konteks yang spesifik di dalam sebuah wacana yang spesifik. Fenomena budaya dalam proses artikulasi tidak dapat dimaknai sebagai sebuah proses independen yang terjadi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan sebuah struktur yang mempunyai relasi dialogis dan dibangun oleh susunan-susunan tertentu.

Dalam *jersey* Persib 2014 terlihat adanya relasi antara momen seperti regulasi,



Gambar 11. Skema Budaya Persib
(Foto: dokumentasi Sri Soedewi, 2016)

produksi, konsumsi, signifikasi, dan identitas yang terus bergerak dalam sirkuit budaya. Momen-momen tersebut tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya momen lain, seperti momen produksi yang tidak akan berjalan jika tidak ada yang melakukan konsumsi, atau produksi akan memiliki masalah/tidak akan berjalan jika tidak memperhatikan regulasi yang berlaku. Oleh karena itu, fenomena budaya tidak terjadi karena satu proses yang independen tetapi muncul karena adanya kaitan dengan proses-proses lain yang bersifat relasional dan proses-proses tersebut saling diartikulasikan sehingga membentuk sirkuit budaya.

Proses artikulasi momen bisa dimulai darimana saja dan berkaitan kemana saja. Pada penelitian ini, proses dimulai dari regulasi, yaitu desainer harus mengikuti regulasi yang telah baku untuk peraturan pertandingan dan etika-etika apa saja yang harus dilakukan ketika membuat *jersey*, seperti memperhatikan mitos yang berkembang di masyarakat mengenai Persib, dan sejarah-sejarah tentang Persib. Proses ini

merupakan faktor yang akan menentukan bentuk desain awal *jersey* dan proses produksi. PT. PBB sebagai pihak produsen memproduksi *jersey* berdasarkan pada minat dan permintaan konsumen. Agar minat konsumen/*bobotoh* terhadap *jersey* Persib terus meningkat, desainer harus memahami gaya hidup yang sedang berkembang di masyarakat yaitu dengan mengikuti *trend*. Dari data statistik video profil Persib¹⁸ diketahui bahwa segmentasi penggemar Persib adalah kaum muda laki-laki, maka desainer harus memahami keinginan/selera target *audience* tersebut. Kegiatan konsumsi terhadap *jersey* Persib menjadikan konsumen memberikan penilaian dan identitas terhadap *jersey* yang digunakannya tersebut. Proses ini disebut sebagai proses signifikasi, yaitu mengidentifikasi tanda untuk dimaknai oleh konsumen.

Tanda dalam produk budaya tidak terbatas hanya berupa teks atau tulisan, namun juga meliputi tanda dalam bentuk gambar, foto, warna, simbol, dan lain sebagainya. Pada *jersey* Persib 2014, tanda terdapat pada unsur-unsur visual yang menandakan lokalitas Sunda. Semua proses pada *jersey* Persib 2014 ini akan terus berjalan dalam suatu sirkuit budaya. Elemen-elemen tersebut tidak akan berakhir pada satu proses, karena semuanya akan terus bergerak di dalam sirkuit budaya dan melakukan artikulasi selama semua momen proses budaya berjalan.

Dari proses analisis ditemukan bahwa *jersey* Persib merujuk kepada suatu makna yaitu semangat kebersamaan tim menuju kemenangan yang menjadi kebanggaan masyarakat Jawa Barat. Nilai-nilai lokal yang terdapat pada *jersey* Persib 2014, diadaptasi oleh desainer dengan pengetahuan teknologi global (glokalisasi) dan menjadikan nilai-nilai lokal tersebut tetap lestari dan lebih dikenal oleh masyarakat luas melalui sepakbola.

Catatan Akhir

¹Sumber: video profil Persib, 8 oktober 2014, properti milik PT.Persib Bandung Bermartabat.

²Jersey merupakan pakaian yang dikenakan oleh anggota dari tim olahraga, sumber: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english>, atau baju kaos pemain sepak-bola, sumber: <http://kamuslengkap.com/kamus/inggris-indonesia>.

³diunduh dari: <http://www.persib.co.id/berita-persib-bandung/63/8708-totalitas-berbuah-manis-untuk-persib>.

⁴Diunduh dari: <http://www.goal.com/id-ID/slideshow/1270/3/title/100-jersey-terbaik-dunia-2012-2013?ICID=OP>.

⁵Diunduh dari <http://www.pikiran-rakyat.com/persib/2016/03/30/365288/sejarah-singkat-persib-bandung-dari-masa-ke-masa>, diakses pada 20 Mei 2016.

⁶E-board adalah papan iklan digital (LED), sumber: <http://www.tribunnews.com/superball/2014/08/07/pelopor-bisnis-e-board-sepakbola-pertama-di-indonesia>, diakses pada 20 Mei 2016.

⁷Sumber: video profil Persib, 8 oktober 2014, properti milik PT.Persib Bandung Bermartabat.

⁸Jurnal Aris Kurniawan, diunduh dari: <http://ejurnal.itenas.ac.id/index.php/rekarupa/article/download/611/819> diakses pada 16 Juli 2016.

⁹Diunduh dari <https://www.scribd.com/doc/300005407/Jenis-Dan-Macam-Kujang>. Diakses pada 16 Juli 2016.

¹⁰Diunduh dari: http://sabilulungan.org/aksara/files/rujukan/Direktori_Aksara_Sunda_untuk_Unicode.pdf. Diakses pada 16 Juli 2016.

¹¹Sumber: Sulasmi (2002:38), Warna-Teori dan Kreativitas Penggunaannya, edisi ke-2.

¹²Diunduh dari: http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2013/09/pustaka_unpad_kujang_padjadjaran1.pdf. Diakses pada 16 Juli 2016.

¹³Sumber: jurnal Retty Isnender, diunduh dari http://file.upi.edu/Direktori/FPBS/JUR._PEND._BAHASA_DAERAH/197212021999032-RETTY_ISNENDES/Jurnal_FPBS-Semiotika_Siliwangi-1.pdf, diakses pada 10 Juni 2016.

¹⁴Sumber: video profil Persib, 8 oktober 2014, properti milik PT.Persib Bandung Bermartabat.

¹⁵Fahri Abdul adalah *Bobotoh* berusia 26 tahun asal Bandung seorang pengusaha mebel yang memiliki banyak koleksi *jersey* Persib hingga menciptakan museum mini Persib di tempat tinggalnya. Wawancara pada 26 Juni 2016 di Rancaekek, Bandung.

¹⁶Mara Satria Winandar adalah seorang mahasiswa berusia 24 tahun dan merupakan penggemar/*Bobotoh* Persib. Wawancara pada 12 Juni 2016 di Bandung.

¹⁷Reza Setiawan Muharam adalah seorang pengusaha *Merchandise* sepakbola berusia 28 tahun dan merupakan penggemar/*Bobotoh* Persib. Wawancara pada 12 Juni 2016 di Bandung.

¹⁸Sumber: video profil Persib, 8 oktober

2014, properti milik PT. Persib Bandung Bermartabat.

Daftar Pustaka

- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Bentang.
- Du Gay, Paul (Ed). 1997. *Production of Culture/ Culture of Production*. Great Britain: Bath Press Colourbooks.
- Fiske, J. 2004. *Cultural and Communication Studies*. Jalasutra, Yogyakarta.
- Hall, Stuart. 1989. *Cultural Identity and Diaspora*. Diunduh dari https://www.slideshare.net/beijingmusic/identity-diaspora?from_m_app=ios, diakses tanggal 5 Maret 2016.
- , 1991. *Old and New Identities, Old and New Ethnicities*. Diunduh dari http://missingimage.com/files/mi/hall_identities.pdf, diakses pada 12 Juni 2016
- , 1996. *Cultural Studies: Two Paradigms*. London: Arnold.
- Nugroho, Sarwo. 2015. *Manajemen Warna dan Desain*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Pieters, Jan Nederveen. 2015. *Globalization and Culture*: third edition. Maryland: Rowman & Littlefield.
- Raja, Maria. 2013. *Circuit of Cultural Model by Hall*. Diunduh dari https://www.slideshare.net/mariaraja232/circuit-of-cultural-model-by-hall?from_m_app=ios, diakses 10 Februari 2016.
- Slack, Jennifer Darryl. 2003. "The Theory and Method of Articulation in Cultural Studies." *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*. London and New York: Ed. David Morley and Kuan-Hsing Chen.
- Soendoro, Risnandar. 2008. *Perjalanan Panjang Persatuan Sepakbola Indonesia Bandung (PERSIB)*. Bandung.
- Suhendra, Endan. 2014. *PERSIB Juara*. Jakarta: Rak Buku.
- , Wihara, Dani. 2007. *Persib Aing*. Bandung: FDWB.
- Widiatmoko, Didit; Kharunnisa, Anggi. 2009. Mengukur Nasionalisme dalam Iklan. *Jurnal Komunikasi visual Wimba*. Vol. 01 No.2/2009. 41-54.