

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan

Dablongan, *Ngapak* dan *Baloeng Gedhe* merupakan tiga pelaku usaha industri kreatif yang sama-sama memproduksi kaus Banyumasan di Purwokerto. Meskipun ketiganya sama-sama memproduksi kaus Banyumasan, namun ketiga pelaku juga sama-sama memiliki cirikhas tersendiri bagi produknya. *Dablongan* yang lebih memilih menggunakan gambar dan tulisan untuk desain kaus Banyumasannya, *Ngapak* yang lebih memilih bermain dengan tulisan melalui kata-kata yang unik dan *Baloeng Gedhe* yang meskipun menampilkan gambar dan tulisan, tetapi konten yang diperlihatkan berbeda dengan yang dimiliki *Dablongan*.

Desain kaus Banyumasan yang diciptakan oleh ketiga pelaku usaha tersebut memuat simbol budaya Banyumasan yang memiliki makna dibalik simbol tersebut yang dapat dimunculkan sebagai gambaran atas kondisi sosial dan budaya Banyumas melalui gambar, warna gambar, gaya tulisan, warna tulisan dan warna dasar dari desain kaus tersebut. Desain kaus yang menampilkan budaya Banyumasan memberikan suatu pandangan akan karakter masyarakat Banyumas hingga keadaan sosial yang ada.

Melalui desain kaus tersebut pula, memunculkan adanya mitos mengenai karakter orang Banyumas yang dilihat dari karya ketiga pelaku usaha tersebut. Mitos yang terbangun memperlihatkan adanya jiwa *panginyongan* dalam *lagéyan cowag* pada desain kaus produksi tahun 2015. Meski demikian, hasil produksi dari

ketiga pelaku usaha tersebut belum sepenuhnya memenuhi kedelapan unsur *lagéyan* yang dianggap sebagai unsur kejiwaan dari orang Banyumas yang akan mengantarkan orang Banyumas pada jiwa *panginyongan*.

Karakter orang Banyumas yang terlihat lebih egaliter melalui jiwa *panginyongan*-nya, berbanding terbalik dengan kebudayaan Jawa pada umumnya seperti Yogyakarta dan Solo. Kedua daerah tersebut merupakan daerah yang sangat kental dan memiliki andil kuat akan budaya Jawa di Indonesia. Baik Yogyakarta maupun Solo, keduanya memiliki strata sosial yang diperlihatkan melalui bahasa dan keadaan sosial yang ada.

Strata dalam bahasa di Solo dan Yogyakarta sama-sama memiliki tingkatan untuk menunjukkan dengan siapa lawan bicaranya. Selain itu, strata sosial atau pelapisan sosial yang terdapat di kedua daerah tersebut nampak dari muka nama atau gelar bangsawan dan juga dari lokasi tempat tinggal individu tersebut.

6.1 Implikasi

Tiga pelaku usaha industri kreatif kaus Banyumasan yakni *Dablongan*, *Ngapak* dan *Baloeng Gedhe* merupakan pelaku usaha yang memiliki andil besar dalam menggeliatkan ekonomi kreatif dan pada kelestarian budaya Banyumas. Walaupun media yang dipakai berupa kaus yang memperlihatkan segala sesuatu tentang Banyumas, bukan berarti dapat dipandang sebelah mata. Hal tersebut dikarenakan melalui kaus yang merupakan budaya baru dalam berpakaian menjadi salah satu cara yang sangat efisien dalam memperkenalkan Banyumas di semua kalangan dan tempat. Selain itu, kaus produksi *Dablongan*, *Ngapak* dan

Baloeng Gedhe juga dapat menjadi salah satu media pembuktian akan kecintaan dan kebanggan menjadi orang Banyumas.

Melalui desain yang diciptakan oleh ketiga pelaku usaha tersebut, masyarakat Banyumas bahkan masyarakat diluar Banyumas menjadi lebih tertarik mempelajari budaya Banyumas dan segala sesuatu yang menyangkut Banyumas. Pada saat yang bersamaanpun, kaus tersebut dapat menjadi buah tangan bagi siapapun selain makanan khas seperti yang telah dimiliki oleh Yogyakarta dengan *Dagadu* dan Bali dengan *Joger*.

