

ANALISIS PENAMBAHAN FUNGSI DAN MAKNA SERAGAM (*JERSEY*) PADA PENDUKUNG CLUB SEPAK BOLA

Oleh:

Irfandi Musnur

*Dosen Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Universitas Mercu Buana Jakarta*

Ringkasan

Sepak bola merupakan salah satu kejuaraan bergengsi yang mampu menjadi bahasa universal bagi seluruh masyarakat dunia. Tidak hanya digelar untuk kepentingan kejuaraan antar negara, namun kejuaraan sepak bola setiap saat dapat disaksikan dalam satu negara yang disebut sebagai liga club sepak bola. Umumnya, justru dalam kejuaraan club sepak bola dalam liga satu negara lebih banyak digemari di belahan negara lainnya.

Kejuaraan Club sepak bola dalam liga cenderung melahirkan penggemar dan pendukung fanatik. Sebagai penggemar maupun pendukung yang fanatik, tentu memerlukan identitas yang mampu mewakili sesuatu yang didukungnya. Salah satu cara menghadirkan identitas itu sendiri dengan meniru atau menggunakan sesuatu yang lebih dekat dengan yang digemari. Hal yang paling dekat dalam sebuah club sepak bola tentu saja adalah kostum dan atribut yang digunakannya.

Pada dasarnya fungsi kostum dalam permainan sepak bola tidak hanya sekedar pakaian biasa, melainkan sebagai kaos yang dirancang khusus untuk kenyamanan pemain. Atribut seperti warna costum (*jersey*) dan nomer punggung sebagai informasi pembeda dengan pemain lainnya. Jika dalam permainan sepak bola, fungsi kostum dan atribut seperti kaos, bendera, warna, dan nomor punggung adalah sebagai pembeda dengan lawan main, justru sebagai penggemar menggunakan kaos dan atribut tersebut sebagai identitas.

Melihat latar belakang tersebut, sebagai riset produk melihat adanya perubahan alih fungsi produk kaos dan atribut yang digunakan dalam permainan sepak bola. Produk kaos yang pada dasarnya dirancang untuk keperluan dalam permainan, beralih fungsi menjadi kaos yang dapat digunakan pendukung sebagai identitas.

Kata Kunci: *Sepak bola, Club, Produk Kaos dan Atribut Sepak Bola, Perubahan alih Fungsi.*

Abstract

Football is one of the prestigious championships that can be a universal language for the entire world community. Not only in the interests of the championship between countries, but the football championship at any time can be witnessed in a country called the football club league. Generally, it is precisely in the championship club football in league one country more popular in other parts of the country.

Championship club football in the league tends to birth fanatic fans and supporters. As fanatic fans and supporters, would require an identity that is able to represent something that supported it. One way of presenting identity itself by imitating or using something closer to the popular. The closest thing in a football club is of course the costumes and attributes it uses.

*Basically functions of costumes in the game of football is not just ordinary clothes, but as a shirt designed specifically for the comfort of players. Attributes such as color costum (*jersey*) and back numbers as information differentiator with other players. If in a game of football, costume and attribute functions such as t-shirts, flags, colors, and back numbers are as differentiators as the opposite, just as*

fans use the t-shirts and attributes as identity.

Looking at the background, as product research noticed a change in the functionality of t-shirt products and attributes used in football game. T-shirt products that are basically designed for the needs of the game, switch function to a shirt that can be used as a supporter identity.

Keywords: *Football, Club, Shirt Product and Football Attribute, Change over Function.*

A. PENDAHULUAN

Salah satu kejuaraan paling bergengsi di kalangan masyarakat dunia adalah pertandingan sepak bola. Hampir setiap negara menggeluti permainan ini, bahkan beberapa pendapat mengatakan bahwa sepak bola memiliki kemampuan untuk menghubungkan jutaan orang dari berbagai negara di dunia. Mulai dari kalangan remaja, orang tua, maupun anak kecil, sangat meminati permainan ini. Sepak bola seakan menjadi bahasa universal bagi masyarakat dunia.

Kejuaraan sepak bola dunia biasanya dilakukan dalam kurung waktu selama 4 tahun sekali oleh tiap negara-negara yang lolos dalam seleksi. Kejuaraan sepak bola atau Piala Dunia merupakan acara puncak yang dilakukan oleh negara-negara di dunia. Selain kejuaraan dunia, sepak bola biasanya juga dilakukan di tiap negara masing-masing yang disebut sebagai Liga Club Sepak Bola. Dalam turnamen liga di setiap negara terdiri dari beberapa *club* sepak bola yang akan melakukan pertandingan.

Antara kedua jenis pertandingan sepak bola (Piala Dunia dan Liga Club Sepak Bola), yang paling sering dilakukan adalah turnamen liga di setiap negara. Dalam

turnamen liga justru kebanyakan *club* sepak bola mendapat penggemar terbanyak dibandingkan kejuaraan dunia. Tidak hanya *club*, namun pemain terfavorit juga lebih dominan memiliki penggemar fanatik dalam sebuah liga dibandingkan tim Negara dalam kejuaraan Piala Dunia.

Hal menarik yang terjadi pada kejuaraan sepak bola, terutama pada *club* dalam turnamen liga adalah munculnya sejumlah kelompok-kelompok penggemar fanatik *club* sepak bola yang justru tidak berasal dari negara tersebut. Kelompok fanatik ini hadir sebagai *supporter* setia bagi *club* yang ada di Negara lain dalam acara kejuaraan liganya. Untuk menandakan bahwa mereka adalah pendukung terbaik biasanya dengan menggunakan atribut *club* yang didukungnya. Seperti logo, nomor punggung, bendera dan baju yang digunakan berlaga.

Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki penggemar *club* kejuaraan liga sepak bola, penggunaan produk kaos bola merupakan pilihan media sebagai penanda tim *supporter*. Tidak jarang dari kelompok penggemar tim fanatik menggunakan kaos sepak bola ini ketika turnamen liga berlangsung, walaupun tidak menyaksikan secara langsung di negara tersebut.

Penggunaan produk kaos sepak bola hadir sebagai identitas bahwa mereka adalah penggemar setia bagi *club* yang beralaga.

Tidak heran ketika melihat pasar *clothing* di Indonesia dibanjiri dengan produk kaos bola. Penggunaannya tidak lagi untuk per-mainan sepak bola, namun dijual untuk ke-butuhan pemakaian sehari-hari bagi peng-gemar bola. Kaos bola yang ada dipasaran tersedia lengkap berdasarkan klub-klub dari berbagai liga di dunia, Mulai dari *club* Juventus, Real Madrid, dan lain sebagainya. Desain produk kaos bola yang dipasarkan pun sangat beragam, mulai dari kaos layaknya digunakan para pemain *club* maupun kaos T-shirt dengan desain atribut pemain.

Produk kaos yang mulanya dirancang untuk penggunaan permainan sepak bola oleh produsen, kini berubah menjadi pakaian yang bisa digunakan kapan saja di pasaran. Bagi para pendukung *club* sepak bola, fungsi atribut, rancangan maupun material kaos yang sebenarnya tidak menjadi perhatian bagi mereka, yang jelas produk kaos cukup dan atributnya menjadi penanda bagi mereka.

Atribut dalam kaos seperti nomor punggung maupun nama pemain sangat berperan penting sebagai identitas. Salah contoh produk adalah kaos CR 7 pada *club* Real Madrid, untuk pendukung pemain Christian Ronaldo. Nomor punggung yang mestinya menjadi pembeda dengan pemain

lain dalam sebuah pertandingan bola menjadi identitas bagi penggemarnya. Jelas terlihat adanya perubahan penggunaan fungsi atribut pada produk kaos yang digunakan pemain sepak bola dan penggemarnya.

Dual hal yang menarik pada kasus ini adalah pada dasarnya produk baju bola yang digunakan oleh pemain sepak bola diper-timbangkan untuk kebutuhan berlari dan ber-keringat, kini berubah menjadi kaos yang di-gunakan untuk aktivitas menonton oleh para penggemarnya. Atribut yang digunakan seperti nomor punggung yang mulanya di desain sebagai pembeda pemain justru men-jadi identitas fanatik bagi pendukungnya.

Melihat hal tersebut, sebagai riset produk tentu menjadi sesuatu yang menarik untuk dibahas dan dipertanyakan mengapa hal ini bisa terjadi. Dari sisi pemain dalam *club* sepak bola, makna produk kaos bagi mereka tentu berbeda dengan para penggemarnya. Lain pula bagi produsen sebagai perancang produk, segala pertimbangan pembuatan produk untuk kebutuhan permainan sepak bola akan sangat beda maksud dan tujuannya.

Rumusan Masalah

- a. Dengan menimbang latar belakang di atas, penelitian ini akan berfokus pada:
- b. Mengapa perubahan fungsi pada produk kaos *club* sepak bola dapat terjadi pada pendukungnya?

- c. Perubahan apa saja yang terjadi pada fungsi produk kaos *club* sepak bola?
- d. Bagaimana proses perubahan fungsi pada produk kaos *club* sepak bola dapat terjadi?

Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan terarah, maka ditentukan batasan-batasan penelitian, yaitu melihat perubahan alih fungsi produk kaos bola baik dari segi fungsi material, struktur, maupun penggunaan atribut. Peralihan fungsi produk kaos bola ini akan dilihat dari sisi penggunaannya pada kebutuhan permainan sepak bola dan dari sisi pendukung fanatik sepak bola. Hal ini pun tidak lepas dari bagian peran produsen sebagai penyedia dan perantara dalam memproduksi kaos bola.

Asumsi Dasar

Untuk keperluan permainan, produk kaos dan atribut sepak bola dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan permainan. Kaos bola dirancang khusus untuk keperluan berlari dan berkeringat, dengan muatan atribut nomor punggung dan kombinasi warna sebagai pembeda dengan lawan mau-pun pemain lainnya. Namun bagi pendukung *club* dalam sepak bola justru merubah fungsi kaos dan atribut tersebut menjadi penanda tanpa mementingkan lagi fungsi dasarnya.

Perubahan yang terjadi dalam penggunaan kaos dan atribut *club* dalam permainan sepak bola hadir dari sisi pandangan

yang berbeda oleh para pendukungnya. Sebagai pendukung tentu akan berusaha menciptakan identitas dukungan dengan mencari penanda terdekat dengan yang didukungnya. Hal yang paling dekat dengan pemain sepak bola tentu saja adalah kostum dan atribut yang digunakan untuk keperluan permainan. Hal inilah yang sangat memungkinkan seorang penggemar menjadikannya sebagai penanda dukungan maupun identitas lainnya.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Tinjauan Kepustakaan

a. Penelitian terdahulu yang terkait

Penelitian M. Salis Yunardi pernah menulis studi berjudul “Identitas Diri pada Slanker”. Pembahasan pada penelitian ini mengenai pengidolaan remaja terhadap bintang idolanya dalam hal ini group musik Slank. Pengidolaan seringkali dikaitkan dengan perilaku remaja dalam memenuhi tugas perkembangannya untuk menemukan identitas diri. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa identitas slankers menyerap seluruh nilai-nilai yang dianut dan diajarkan oleh Slank. Mereka hafal lirik-lirik lagu, cara bermain musik, hingga penampilan dan gaya hidup. Anggota slankers mengaku senang dan bangga menjadi anggota komunitas karena merasa menemukan kehangatan dan semangat kekeluargaan dalam komunitas slankers.

Penelitian mengenai slankers sebagai identitas juga pernah dilakukan Adisty Dwi Anggraini yang menulis “Pembentukan

Identitas Slangker melalui Pemaknaan terhadap Simbol-Symbol Budaya Musik Slank”. Penelitian ini mengungkapkan bahwa penggemar group musik Slank bernama slangkers membentuk identitasnya sebagai hasil pemaknaan terhadap simbol-simbol yang terdapat di dalam budaya musik Slank melalui proses interaksi simbolik. Simbol-simbol yang dimaksudkan adalah simbol-simbol yang ada dalam peristiwa pembuatan beberapa *video clip* dan konser. Lagu-lagu Slank yang memiliki lirik di dalamnya menjadi simbol signifikansi yang dimaknai Slank untuk membantu memberikan referensi dalam memandang sesuatu dan menampilkan perbuatan sesuai dengan pandangannya itu. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa slangkers memiliki lagu kesukaan yang beragam dan dimaknai secara beragam pula oleh slangkers. Artinya, slangker secara aktif dan sadar memilih informasi mana yang dibutuhkan.

Beberapa penelitian yang membahas mengenai identitas salah satunya oleh Natasia Simagungsong dengan judul “Fenomena *Hallyu* dalam pembentukan identitas Diri (Studi Kasus pada *Triple S Medan* sebagai Komunitas penggemar *Boyband* Korea SS501)”. Penelitian ini membahas mengenai perubahan identitas informasi sebelum dan sesudah bergabung dengan komunitas, dalam hal ini juga mengenai proses interaksi dan gaya hidup anggota komunitas. Hasil penelitian ini

melihat bahwa anggota komunitas dengan pikiran (*mind*) dan interaksi sosial (*self*) dengan yang lain digunakan untuk menginterpretasi dan memediasi masyarakat (*society*), membentuk identitas diri yang baru dalam tiap anggota. Setelah bergabung dengan komunitas maka anggota memaknai simbol-simbol yang telah dimaknai bersama untuk menunjukkan identitas mereka sebagai anggota komunitas.

Sedangkan penelitian mengenai penggemar maupun pendukung *club* olahraga salah satunya oleh Clayton Edward Steven Munro tahun 2000 yang berjudul “Sport Fan and Brand Community: Ethnographic Case Study of the Vancouver Booster Club”. Penelitian ini membahas mengenai analisis *fans* olahraga yang menggunakan studi etnografi terhadap sebuah *club* Rugby. Namun, pembahasannya lebih diarahkan kepada konsumenisme merek. Hal yang ditunjukkan pada penelitian tersebut bahwa anggota *booster* tidak hanya cenderung untuk menunjukkan perspektif budaya komunitas *fans*, tapi juga memiliki hubungan neo-tribe dan subkultur dalam masyarakat.

Beberapa studi terdahulu lebih menjelaskan kepada proses terbentuknya identitas pada bukan pada hasil kebetulan makna yang terjadi. Berdasarkan hal tersebut melalui penelitian ini mencoba melihat penambahan atau perubahan yang terjadi akibat proses interaksi sosial sebagai produk identitas.

b. Produk sebagai media penanda

Posisi kaos sepak bola sebagai produk yang berfungsi sebagai media penanda bagi pemain dalam dapat mengalami perubahan makna ketika diterjemahkan melalui prespektif penggemarnya. Dalam kajian teori interaksiois, George Hebert Mead (1962, dalam buku Rulli Nasrullah, Komunikasi antar Budaya di Era Budaya Siber: 9) menekankan pada penanda yang merupakan sistem simbol ataupun kata-kata merupakan simbol karena digunakan untuk memaknai berbagai hal. Dengan kata lain, simbol atau teks merupakan representasi dari pesan yang di komunikasikan kepada publik. Dalam hal ini sebuah atribut yang digunakan untuk tujuan komunikasi dapat menjadi bahasa lain bagi penerima lainnya.

Menurut Mead, makna tidak tumbuh dari proses mental soliter namun merupakan hasil dari interaksi sosial atau signifikansi kausal interaksi sosial. Individu secara mental tidak hanya menciptakan makna dan simbol semata, melainkan juga ada proses pembelajaran atas makna dan simbol tersebut se-lama berlangsungnya interaksi sosial. Bahkan ditegaskan Charon (1998:40) (dalam buku Rulli Nasrullah, Komunikasi antar Budaya di Era Budaya Siber: 91) bahwa simbol adalah objek sosial yang digunakan untuk mere-presentasikan apa-apa yang memang di-sepakati bisa direpresentasikan oleh simbol tersebut. Individu sebagai produsen sekaligus

konsumen atas simbol tidak hanya merespon simbol secara pasif, tetapi juga secara aktif menciptakan dan menciptakan kembali dunia tempat dia bertindak berdasarkan realitas yang datang.

Sesuai dengan pemikiran Mead, definisi singkat dari tiga ide dasar dari interaksi simbolik adalah:

a. *Mind* (pikiran) kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka me-lalui interaksi dengan individu lain.

b. *Self* (diri pribadi) kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah satu cabang dalam teori sosiologi yang me-ngemukakan tentang diri sendiri (*the self*) dan dunia luarnya.

c. *Society* (masyarakat) hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan suka rela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

c. Komunikasi Non-Verbal

Istilah non-verbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata terucap dan tertulis. Pada saat yang sama kita harus me-

nyadari bahwa banyak peristiwa dan perilaku non-verbal ini ditafsirkan melalui simbol-simbol verbal. Dalam pengertian ini, peristiwa dan perilaku non-verbal itu sungguh-sungguh bersifat non-verbal. (Mark L. Knap dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar: Deddy Mulyana:347)

Produk yang digunakan sebagai perwakilan identitas adalah sebuah bahasa yang dapat digunakan sebagai komunikasi. Dalam kaitannya dengan produk kaos dan atribut *club* sepak bola, digunakan menjadi perwakilan identitas bagi para penggemar untuk mendukung club yang disukainya. Secara tidak langsung produk kaos hadir sebagai fungsi baru sebagai media yang mengkomunikasikan identitas.

2. Tinjauan Teoritik Analitik

a. Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik merupakan proses sosial dalam kehidupan dikelompok sosial yang menciptakan aturan-aturan. Teori interaksi terbagi dalam dua mazhab, yang pertama adalah mazhab Chicago dan mazhab Iowa. Mazhab Chicago diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan George Herbert Mead. Blumer menekankan bahwa studi tentang manusia tidak akan bisa sama dengan studi lainnya. Peneliti harus berempati dengan pokok materi yang akan dikaji dan memasukkan pengalamannya untuk memahami nilai masing-masing individu. Blumer juga yang memperkenalkan istilah “interaksi simbolik”. Sedangkan mead

membentuk inti aliran Chicago yang melihat orang sebagai sesuatu yang kreatif, inovatif, dan bebas dalam menjelaskan pada tiap situasi yang tidak dapat diprediksi (Littlejohn, 2001:145).

Sedangkan mazhab Iowa lebih mengambil pendekatan *scientific*. Tokoh mazhab ini adalah Manford dan Carl Couch. Kedua tokoh itu meyakini bahwa konsep interaksiois bisa dioperasionalkan. Gary Fine menekankan bahwa interaksi simbolik telah bergabung dengan studi mengenai kelompok yang mengordinasi tindakan mereka. Bagaimana realitas dikonstruksi, bagaimana konsep diri diciptakan, bagaimana struktur sosial dalam skala besar dibentuk, dan bagaimana kebijakan publik bisa dipengaruhi. Namun, penelitian ini lebih melakukan pendekatan pada mazhab Chicago dengan menganut pada Blumer dan Mead.

Interaksi simbolik berdasar pada tiga premis sederhana (Blumer, 1969:2). Pertama, perilaku manusia selalu mengerah pada makna yang mereka miliki atau manusia (*human being*) bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna. Sesuatu (*thing*) yang dimaksudkan adalah objek fisik seperti pohon atau kursi, makhluk hidup sebagai teman berinteraksi, dan obyek yang sifatnya abstrak seperti keadilan, kebenaran, identitas, kepercayaan, dan lain sebagainya.

Premis kedua adalah makna yang ada datangnya dari sesuatu proses interaksi

sosial. Makna dalam interaksi simbolik tidak menyatakan sebagai hal yang melekat pada sesuatu objek, bukan juga sebagai sebuah proses psikologi, melainkan makna dilihat sebagai hasil dan kreasi yang dibentuk di dalam dan melalui aktivitas orang-orang yang ada dalam suatu proses interaksi. Jadi, makna tidak pernah absolut karena makna dicapai berdasarkan suatu proses negosiasi dalam suatu interaksi. Sedangkan premis ketiga mengatakan bahwa makna itu sendiri dikelola dan dimodifikasikan melalui proses interpretasi yang digunakan dalam menghadapi objek sosial untuk bertindak dalam suatu proses interaksi.

b. Pembacaan Ulang dan Makna baru (Teori Dekonstruksi)

Sebagai langkah awal, kita dapat mengatakan bahwa dekonstruksi merupakan sebuah tindakan dari subjek yang membongkar sebuah objek yang tersusun dari berbagai unsur. Sebagai sebuah tindakan, yang dilakukan si subjek tentu tidak kosong, dia melibatkan pelbagai cara atau metode, yaitu metode subjek membongkar suatu objek yang memang patut di bongkar. Jacques Derrida merupakan tokoh pencetus dari metode dekonstruksi di dalam ruang lingkup filsafat secara sistematis. Derrida merupakan tokoh filsafat Perancis yang lahir di Aljazair pada tahun 1930. Dia dibesarkan dalam tradisi pemikiran era 1950-an sampai 1970-an. Metode dekonstruksi Derrida merupakan

satu arus pemikiran yang besar, yang menandai munculnya post-strukturalisme dan modernisme. Dengan tanpa bermaksud mengabaikan tokoh post-strukturalis lainnya, seperti Bataille, Deleuze, Foucault, dan Levinas, pembicaraan tentang post-strukturalisme tidak akan berarti tanpa dekonstruksi Derrida. Bahkan, post-strukturalisme itu sendiri sudah identik dengan dekonstruksi, atau sebaliknya, dekonstruksi identik dengan post-strukturalisme.

Dalam metode dekonstruksi, filsafat diartikan sebagai tulisan, dan oleh karena itu filsafat tidak pernah berupa ungkapan transparan pemikiran secara langsung. Sebab setiap pemikiran filsafat tentu disampaikan melalui sistem tanda yang berkarakter material baik grafis maupun fonetis. Menurut Derrida, tulisan adalah bahasa yang secara maksimal memenuhi dirinya sendiri karena tulisan menguasai ruang secara maksimal pula. Sebagai bahasa, tulisan tidak terdapat dalam pikiran manusia atau didalam gelombang suara, tetapi konkret di atas halaman. Tulisan terlepas dari penulisnya begitu berada di ruang halaman, sedangkan ketika dibaca, tulisan langsung berkaitan dan terbuka untuk dipahami oleh pembacanya. Jadi bahasa yang sebenarnya (*the true level of language*) adalah tulisan, bukan suara.

Dalam hal sistem tanda, Derrida menolak adanya tentang pemaknaan tanda yang selama ini dipandang seakan-akan ber-

langsung secara murni dan sederhana. Pemaknaan yang dimaknai adalah suatu proses dengan cara membongkar (*to dismantle*) dan menganalisisnya secara kritis (*critical analysis*). Teori ini bertolak dari teori de Saussure tentang tanda yang terdiri dari sistem penanda (*signifiant*) dan petanda (*signifié*). Bagi Derrida hubungan penanda dan petanda tidak bersifat tetap, tetapi pada kenyataannya dapat “di-tunda” untuk memperoleh hubungan baru. Makna suatu tanda tidak bersifat tetap (statis) tetapi dapat berubah-ubah sesuai dengan kehendak pemakai tanda. Apa yang terjadi dalam proses pemahaman makna tanda bukan sekedar karena ada proses oposisi (*différence*), tetapi karena adanya proses “pe-nundaan” hubungan antara penanda (bentuk tanda) dan petanda (makna tanda) untuk menemukan makna lain atau makna baru. Konsep *différence* merupakan dasar bagi eksistensi sebuah tanda, tetapi selanjutnya tanda ini harus di pahami dalam waktu dan situasi yang berbeda-beda sehingga akan terlihat maknanya. Jadi, makna tanda tidak hanya terlihat dalam satu kali jadi, tetapi pada waktu dan situasi yang berbeda-beda dengan makna yang berbeda-beda pula. Dari apa yang di uraikan di atas, dapat terlihat bahwa teori yang dikemukakan Derrida termasuk dalam ranah semiotik.

Metode dekonstruksi memang penting bagi peneliti teks yang tidak ingin terkungkung oleh kebakuan dan ingin me-

ngembangkannya sehingga menghasilkan pemikiran baru. Dekonstruksi mendorong pemikiran kritis dan apabila dilakukan dengan metode yang cermat dapat memberikan hasil analisis yang handal. Dalam metode ini kita harus melakukan pemaknaan lanjut dengan melihat berbagai kemungkinan pemaknaan yang justru tidak “biasa” terdapat dalam masyarakat. Akibatnya metode ini dapat menghasilkan pemikiran yang sifatnya individual dan mungkin kontroversial, tetapi berbentuk kebaruan dan kreatif. Setiap pemberian makna menurut model *différence* harus disertai argumen yang dapat diterima secara logis atau lebih baik lagi secara akademis. Pemikiran ini dapat kita terapkan kepada setiap jenis teks meskipun bukan sastra. Penerapannya juga dapat dilakukan pada teks visual seperti, lukisan, iklan, film, musik akan lebih peka terhadap proses pemaknaan secara dekonstruksi.

Terdapat beberapa pengertian dekonstruksi menurut para ahli yaitu sebagai berikut, secara leksikal prefiks ‘de’ berarti penurunan, pengurangan, penokohan, penolak-an. Jadi, dekonstruksi dapat diartikan sebagai cara-cara pengurangan terhadap konstruksi, yaitu gagasan.

Kristeva (1980:36-37), menjelaskan bahwa dekonstruksi merupakan gabungan antara hakikat destruktif dan konstruktif. Dekonstruksi adalah cara membaca teks, sebagai strategi. Dekonstruksi tidak semata-

mata ditunjukkan terhadap tulisan, tetapi semua pernyataan kultural sebab keseluruhannya pernyataan tersebut adalah teks yang dengan sendirinya sudah mengandung nilai-nilai, prasyarat, ideologi, kebenaran, dan tujuan-tujuan tertentu. Dekonstruksi dengan demikian tidak terbatas hanya melibatkan diri dalam kajian wacana, baik lisan maupun tulisan, melainkan juga kekuatan-kekuatan lain yang secara efektif mentransformasikan hakikat wacana.

Dari sumber lain, dekonstruksi dikatakan sebagai sebuah metode pembacaan teks. Dengan dekonstruksi ditunjukkan bahwa dalam setiap teks selalu hadir anggapan-anggapan yang dianggap absolut. Padahal, setiap anggapan selalu kontekstual anggapan selalu hadir sebagai konstruksi sosial yang menyenjata. Maksudnya, anggapan-anggapan tersebut tidak mengacu kepada makna final. Anggapan-anggapan tersebut hadir sebagai jejak (*trace*) yang bisa dirunut pembentukan-nya dalam sejarah.

Dekonstruksi, secara garis besar adalah cara untuk membawa kontradiksi-kontradiksi yang bersembunyi di balik konsep-konsep kita selama ini dan keyakinan yang melekat pada diri ini ke hadapan kita.

Prinsip-prinsip yang terdapat dalam teori dekonstruksi adalah:

Melacak unsur-unsur aporia (makna paradoks, makna kontradiktif, dan makna ironi).

Membalikkan atau merubah makna-makna yang sudah dikonvensionalkan.

Pada dasarnya dekonstruksi yang sudah dilakukan oleh Nietzsche (Culler, 1983:86-87) dalam kaitannya dengan usaha-usaha untuk memberikan makna baru terhadap prinsip sebab-akibat. Prinsip sebab-akibat selalu memberikan perhatian terhadap sebab, sedangkan akibatnya sebagai gejala minor. Nietzsche menjelaskan bahwa prinsip sebab-akibat bukanlah hukum universal melainkan merupakan retorika bahasa, sebagai gejala metonimi, gejala bahasa dengan cara melekatkan nama orang atau benda-benda pada pusat objek yang lain.

Saussure menjelaskan bahwa makna yang diperoleh melalui pembagian lambang-lambang menjadi penanda dan petanda. Dekonstruksi menolak keputusan tersebut dengan cara terus menerus berusaha melepaskan diri, sekaligus mencoba menemukan pusat-pusat yang baru. Menurut Saussure (Eagleton, 1983:128), hubungan penanda dengan petanda bersifat pasti.

Derrida (Spivak, 1976:xliii) menjelaskan peristiwa diatas dengan istilah 'differEnce' dan 'differAnce', dua kata yang ucapannya hampir sama tetapi penulisannya berbeda, dibedakan melalui huruf ke-7. Kedua kata tersebut berasal dari bahasa latin 'differe' yang sekaligus berarti *to differ* (membedakan) yang berkonotasi spasial, dan *to defer* (menunda) yang berkonotasi temporal.

Derrida (Norris, 1983:32) menghubungkan kerangka ruang dan waktu dengan tanda dan bendanya, tanda sebagai wakil dari bendanya. Tanda sekaligus menunjukkan kehadiran yang tertunda. Makna kata *difference* berada dalam posisi yang mengambang antara *to differ* dan *to defer*, keduanya berpengaruh terhadap kekuatan tekstual, tetapi tidak secara utuh mewakili kata *difference* tersebut. Oleh karena tanda-tanda mengimplikasikan makna, maka makna karya pun selalu berbeda dan tertunda, sesuai dengan ruang dan waktu. Artinya, antara konsep dan kenyataan selalu mempunyai jarak sekaligus perbedaan. Derrida menjadi terkenal karena konsep dekonstruksi, logosentrisme, fonosentrisme, *differEnce/differAnce*, *trace*, dan *dencentring*.

Differance (Derrida, 2002:45,61) adalah istilah yang diciptakan oleh Derrida tahun 1968 dalam kaitannya dengan pemahamannya mengenai ilmu bahasa Saussure dan antropologi Levi-Strauss. Menurut Derrida, perbedaan *difference* dan *differance*, bahasa kamus baik bahasa Inggris maupun bahasa Perancis dan bahasa dekonstruksi Derrida, tidak dapat diketahui melalui ucapan, melainkan melalui tulisan. Menurutnya, tulisan lebih utama dibandingkan dengan ucapan. Menurut Derrida (Eagleton, 1983: 127-128) makna tidak dengan sendirinya hadir dalam suatu lambang. Lambang mempersoalkan sesuatu

yang bukan dirinya, lambang me-wakili sesuatu yang lain. Makna hadir dalam rangkaian penanda.

Konsep Saussure yang juga di-dekonstruksi oleh Derrida adalah doktrin hierarki ucapan-tulisan, yang pada dasarnya memandang ucapan sebagai pusat, sedangkan tulisan sebagai non pusat. Menurut Saussure, ucapan lebih dekat dengan pikiran dan perasaan sebab ucapan mengimplikasikan subjek yang berbicara, subjek yang hadir se-cara serta merta, sedangkan tulisan yang ber-sifat sekunder, termediasi, grafis dan me-wakili.

Menurut Derrida konsep ucapan-tulisan dapat saja dibalik menjadi tulisan-ucapan. Ujaran pun adalah sejenis tulisan, ujaran selalu sudah tertulis, dan dengan demikian bahasa pun sudah tertulis. Menurut Rousseau, ucapan merupakan bentuk asal, tulisan merupakan pelengkap bahasa lisan. Di pihak yang lain, Levi-Strauss melukiskan hubungan antara alam dan kebudayaan yang dengan sendirinya sudah tertulis.

c. Relevansi Teori sebagai Analisis terhadap Studi Kasus

Analisis yang dilakukan pada sebuah penelitian memerlukan teori sebagai pisau bedah terhadap kasus yang terjadi. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah teori yang sesuai dan relevan bagi studi kasus yang terjadi. Kasus pada penelitian ini menggambarkan sebuah perubahan makna melalui pembacaan ulang mengenai fungsi

dari seragam (Jersey) yang terjadi antara kebutuhan permainan sepak bola menjadi persepsi makna baru bagi penggemar klub sepak bola.

Posisi seragam (*jersey*) sebagai produk yang mulanya dirancang dengan fungsi kebutuhan permainan dengan atribut penanda seperti elemen warna, nomor punggung, visual lainnya digunakan sebagai pembeda antar klub yang berlaga, namun lain hal dengan penggunaan Jersey ketika digunakan oleh pendukung klub. Kasus yang terjadi adalah seragam sepak bola (*jersey*) yang memiliki Fungsi dan makna awal akan mengalami perubahan pada kondisi tertentu, yakni pada pendukung. Asumsi maupun dugaan awal dari kasus ini menggambarkan adanya makna yang berubah akibat pembacaan ulang sebuah fungsi maupun makna dari *jersey* pada posisi dan kondisi tertentu.

Berdasarkan studi kasus tersebut menjadi pertimbangan teori dekonstruksi menjadi relevan sebagai analisa pembedah pada penelitian ini. Dekonstruksi merupakan sebuah pembacaan ulang makna tanpa menghilangkan maupun menambah dari objek penanda yang ada sebelumnya, namun secara keseluruhan penanda tersebut berubah konstruksi oleh faktor posisi dan kondisi tertentu.

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

a. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah se-

bagai berikut :

- Mengetahui mengapa terjadinya perubahan fungsi pada produk kaos *club* sepak bola yang terjadi pada pendukungnya.
- Melihat perubahan fungsi yang terjadi pada produk kaos tersebut.
- Mengetahui bagaimana proses terjadinya perubahan fungsi pada produk kaos *club* sepak bola dari dua sisi penggunaannya.

b. Manfaat Penelitian

Dapat mengetahui bagaimana terjadinya sebuah perubahan fungsi dari suatu produk kaos club sepak bola dengan perbedaan sisi persepsi.

Dari analisis perubahan fungsi penggunaan produk kaos club sepak bola dari sisi penggemarnya, memberikan pemahaman tentang tingkah laku manusia dalam proses interaksi sosial.

D. METODE RISET

Sebuah penelitian pada dasarnya merupakan sebuah kegiatan ilmiah yang diorganisasikan dengan baik dan sistematis. Penelitian juga harus dilaksanakan dalam kerangka sistem yang rasional atau pola yang teratur. Seperti yang dijelaskan Rohidi (2011: 71) bahwa “rancangan penelitian yang baik adalah rancangan yang dengan jelas menguraikan tahapan-tahapan yang akan ditempuh dalam penelitian yang hendak dilakukan”.

Langkah pertama yang dilakukan pe-

neliti yaitu menentukan jenis metode peneliti-an serta pendekatannya. Selanjutnya memilih berbagai teknik pengumpulan data yang me-mungkinkan peneliti mendapatkan informasi /data mengenai objek kajian. Data yang telah dikumpulkan dikoding dan diuji validitasnya. Setelah itu barulah melakukan analisis data. Adapun rumusan metodologi yang diguna-kan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Jenis Penelitian

Kajian analisis perubahan fungsi pada produk kaos *club* sepak bola dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Penulis memilih metode kualitatif dalam pe-nelitian ini dikarenakan hasil penelitian yang ingin dicapai berupa data deskriptif. Adapun hasil yang ingin dicapai berupa perubahan yang terjadi pada fungsi produk kaos pada club sepak bola.

Penelitian ini menggunakan pendekat-an studi kasus. Studi kasus merupakan strategi penelitan dimana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan meng-gunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan (Creswell, 2010:20).

Pendekatan studi kasus dipilih sesuai dengan sifat objek kajian yang spesifik, yaitu terbatas pada bagaimana perubahan fungsi

penggunaan produk kaos *club* sepak bola pada penggemarnya. Seperti ungkapan Louis Smith, "kasus adalah suatu sistem yang terbatas (*a bounded sistem*)"(Denzin & Lincoln, 2009:300). Dengan demikian, faktor kunci dalam memahami sebuah kasus terletak pada keterbingkaiian (*boundedness*) dan pola-pola perilaku sistem". (Denzin & Lincoln, 2009: 300).

b. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini lebih menekankan pada data empiris yang ter-jadi dilapangan. Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam pe-nelitian ini yaitu observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi.

Observasi dilakukan dengan meng-amati perilaku dan aktivitas masyarakat pe-cinta dan penggemar sepak bola yang meng-gunakan kaos sebagai identitas pendukung salah satu *club* sepak bola.

c. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan melalui tiga tahapan yaitu: tahap pengidentifikasian, tahap pengolahan, tahap penafsiran (Subana dan Sudrajat, 2001: 145).

Pada tahap pertama dilakukan identifikasi data dengan mengumpulkan data verbal dan visual yang diperoleh melalui studi pustaka, observasi, wawancara dan audio dan visual. Segala data yang ditemukan di lapang-an dikelompokkan kedalam berbagai *folder* sesuai dengan jenisnya. Data-data serta *folder-folder* yang telah dibuat diberi

judul untuk membantu proses pencariannya ketika di-butuhkan.

Pada tahap kedua dilakukan klasifikasi serta pengolahan data. Proses klasifikasi data dilakukan dengan menggunakan sistem *coding*. Tahap ini dimulai dengan memilih atau me-ngelompokkan data penelitian yang telah di-identifikasi sesuai dengan jenis dan sifat data, setelah itu diadakan seleksi data. Seleksi data dilakukan dengan menyisihkan data yang kurang relevan dan berkontribusi atas ke-butuhan data pada pokok bahasan.

Tahapan selanjutnya melakukan uji validitas terhadap data-data yang ditemukan. Pada penelitian ini, validitas data diuji dengan menggunakan teknik triangulasi. Jenis triangulasi yang digunakan yaitu triangulasi metode/teknik pengumpulan data dan triangulasi sumber. Triangulasi metode di-lakukan dengan melihat kesesuaian data dari tiga jenis teknik pengumpulan data, yaitu dari observasi, wawancara, dan dokumen. Selain itu, triangulasi sumber dilakukan dengan melihat kesesuaian informasi yang disampaikan oleh narasumber yang diwawancarai.

Tahap terakhir dilakukan analisis data sesuai dengan teori-teori yang sudah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini menekankan pada analisis dekonstruksi penafsiran kembali tentang fungsi produk kaos berdasarkan dari dua sisi yang berbeda. Dalam hal ini teori dekonstruksi digunakan untuk membedah kasusnya.

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Data dan Analisis Penelitian
 - a. Produk kaos sepak bola



Gambar 1. Jersey (Model Kaos Bola dari berbagai macam club) Sumber : Google Image

Kostum pemain sepak bola terdiri dari beberapa elemen pendukung seperti warna baju, atribut nomor punggung, logo sponsor, nama pemain, dan bendera klub atau negara. Setiap atribut yang tertera pada kaos mem-punyai fungsi informasi dan komunikasi. Warna kostum sebagai fungsi pembeda dengan club lain agar mudah mengenali teman dan lawan. Nomor punggung sebagai fungsi memudahkan komunikasi dalam peng-aturan posisi pemain dalam pertandingan.

Menurut artikel kompasiana (terbitan 20 Desember 2012) Istilah lain yang digunakan untuk dalam menyebut kostum bola adalah *jersey*. “*Jersey*” biasa diartikan sebagai seragam atau kostum dari sebuah klub dan tim nasional sepak bola. Dalam sepak bola, *jersey* merupakan salah satu syarat wajib dalam olahraga ini sebagai pertanda sebuah klub.

Jersey kini bukan lagi hanya sekedar seragam yang menutupi tubuh pemain, *jersey* juga bukan lagi hanya sekedar warna yang di-

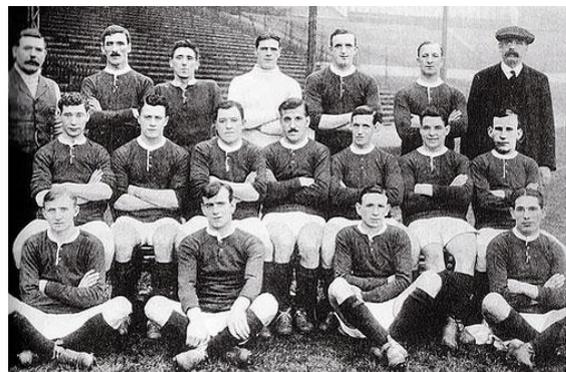
gunakan untuk membedakan satu klub sepakbola dengan klub yang lain. Di era ini, *jersey* sudah menjadi simbol kemakmuran sebuah klub. Timnas juga pemain yang di kontrak khusus oleh pemasok *jersey* tersebut. Fenomena tersebut mulai terjadi semenjak dekade 1960-an, dimana ekonomi politik sepak bola telah menjalankan modernisasi kilat dalam komodifikasi budaya populer yang lebih luas guna mendapat keuntungan yang lebih besar, yang kemudian melahirkan sebuah “simbiosis mutualisme” (Klub Mendongkrak Sponsor begitu juga sebaliknya) hal kemudian berkembang lagi sehingga sebuah klub dapat mendapat julukan “Tim Unggul-an” dan “Tim Medioker”. ini bisa dilihat salah satunya dari perusahaan apa yang me-numpang pada *jersey* klub tersebut.

2. Sejarah Penggunaan Seragam Sepak Bola (Jersey)

Seragam sepak bola atau *Jersey* adalah hal yang tak bisa dilepaskan dari sepak bola. Seiring berkembangnya zaman aturan *jersey* dan teknologi yang digunakannya pun berubah-ubah. Pada akhir abad 18, saat sepak bola mulai populer di Inggris aturan menyangkut *jersey* belum ditetapkan oleh FA (*Football Association*) karena pemain dapat memakai pakaian apapun yang mereka sukai.

Tahun 1891, FA memutuskan semua klub wajib memakai pakaian yang seragam. Setiap klub didata untuk mendaftarkan warna seragam mereka. *Jersey* sepakbola

awalnya menggunakan bahan yang agak berat, karena berbahan wol dan berlempang panjang, ada yang tak memakai kerah, ada pula yang memakai pengencang leher dengan menggunakan tali. Celana yang lazim dipakai adalah celana panjang. Istilah penyebutan celana panjang ini adalah *knickerbocker*.



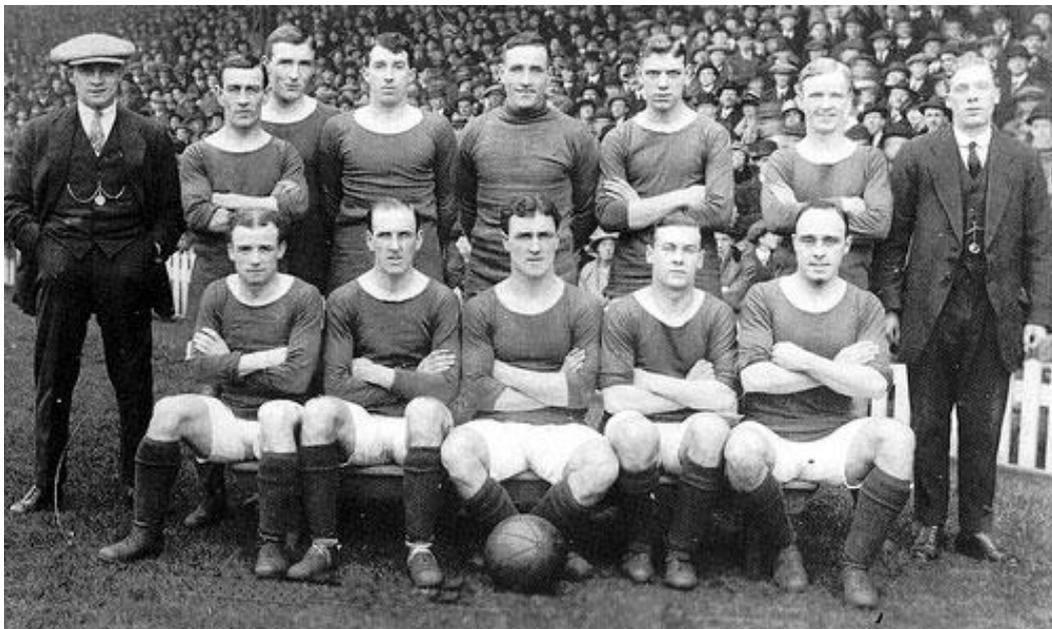
Gambar 1. Jersey Abad ke-18

Akhir abad 18, ada sebuah aturan bahwa tim tuan rumah harus berganti kostum jika seragamnya sama dengan kostum tim tamu. Aturan ini kemudian dirubah tahun 1921 yang tetap bertahan hingga sekarang. Memasuki abad 19, kain katun mulai dipakai sebagai *jersey*. Kaus menjadi lebih ringan dengan potongan rumit dan berkerah. Pada masa ini, *jersey* sudah memakai nomor punggung pemain, aturan

penomoran *jersey* disahkan pada tahun 1928. Awalnya *jersey* sepak bola ini tidak punya nomor punggung mengingat penggunaannya hanya untuk pem-beda antara klub dari segi warnanya, namun pada tahun tersebut nomor punggung di-wajibkan dan muncul pertama kali saat Arsenal dan Chelsea bertanding. Awalnya pemberian nomor punggung ini mengalami pro dan kontra karena dianggap merusak warna *jersey*. Namun penggunaannya sangat dibutuhkan sebagai tanda pengenalan antar pemain dalam satu klub.

Pertengahan abad 19, tepatnya dekade 50-60an bahan sintetis mulai digunakan pada *jersey* sepakbola. Mulai populer memakai emblem klub atau logo yang ditempelkan ke

jersey. Saat itu, *jersey* mulai populer penggunaan kerah berbentuk "V" , pada dekade 1970-an, *apparel-apparel* mulai menyerbu sepak bola. Logo-logo *apparel* mulai muncul di seragam-seragam. Sejak awal abad 19, ada sebuah aturan tak tertulis bahwa seragam kiper harus berwarna hijau. Masuknya *apparel* membuat regulasi melonggar dan mengizinkan pabrik bereksperimen dengan desain. Memasuki dekade 1980-1990an mulailah *Jersey* seragam bisa menghasilkan uang dengan memberikan ruang untuk sponsor menempel disana. Dari sisi desain mulai muncul garis bayangan yang melintas dan membujur pada *jersey* dan juga nomor punggung terpampang di dada sang pemain.



Gambar 2. Jersey Abad ke-19

Awal 2000 sampai saat ini teknologi *jersey* semakin canggih. bahan lycra, dri-fit mulai dipakai. *Jersey* mengalami inovasi yang cukup signifikan dengan berbagai model

jersey sepak bola salah satunya model slim-fit. *Jersey* slim-fit dianggap lebih sesuai karena dapat menempel ke tubuh pemain sehingga memudahkan pergerakan tubuh dan me-

minimalisasi pemain lawan untuk menarik baju. Semakin canggih, *jersey* sekarang pun juga dilengkapi dengan distribusi ventilasi angin lewat panel berongga pada kain *jersey*. Produsen-produsen *jersey* saat ini juga sudah menyediakan baju dalaman yang menempel ke tubuh pemain untuk meminimalisir rasa dingin. Sistem distribusi ventilasi angin pun mulai dipikirkan lewat panel berongga pada kain *jersey*. Tak jarang *jersey* kini bisa dipasang sebuah alat canggih untuk bisa mengukur detak jantung, tingkat kelelahan dan lain-lain. *Jersey* yang hanya sebatas pembeda dengan tim lawan kini bisa jadi sebagai ajang pameran teknologi sekaligus peraup untuk jutaan dollar bagi klub.



Gambar 3. *Jersey* Masa Kini

a. *Jersey* sebagai Fenomena Identitas Pendukung Sepakbola

Penggunaan *Jersey* bagi pendukung klub sepak bola merupakan identitas yang kuat bagi *fans* sebagai pengenalan baik oleh komunitasnya sendiri maupun “komunitas lawan”. Gejala semacam ini memang telah terjadi sejak lama, beberapa fenomena jelas menggambarkan jika *jersey* bisa jadi lambang kebanggaan, kerusuhan, sentimen, hingga

kematian.



Gambar 4. Penggunaan *Jersey* Oleh Pendukung Sepak Bola

Kisah kota Glasgow di skotlandia adalah salah satu fenomena paling populer betapa sakralnya sebuah *jersey* menjadi buah perseteruan dua klub Glasgow celtic dan Glasgow Ranger. Bahkan beberapa kasus, seorang *fans* yang harus bermasalah hanya karena *fans* tersebut merupakan pendukung lain yang notabene berlawanan dengan klub kebanggaan polisi yang menilangnya (Inter Milan). Berdasarkan kasus tersebut merupakan perubahan makna *jersey* yang dikonstruksi menjadi sebuah barang yang “sakral” bagi seorang pendukung fanatik sepakbola. Namun seiring berjalannya waktu, fenomena *jersey* sebagai *fashion* menjadi sebuah pertanda bahwa kini sepak bola sudah menjadi milik “semua kalangan” tanpa memandang kelas sosial, ras, bahkan gender, seragam/kostum sepak bola kini tak hanya sebagai identitas kalangan terbatas (red: pendukung suatu klub/timnas tertentu) tetapi juga demi kepentingan “*fashion*” di kalangan masyarakat. Hal ini ditandai dengan munculnya *jersey* “khusus” wanita, tak seperti awal munculnya olahraga sepak

bola dan *jersey* itu sendiri, *jersey* feminin begitu kuat guna menasbihkan sepak bola sebagai “olahraga untuk semua”.

Lahirnya fenomena “*Jersey* sebagai *Fashion*”, tidak mengherankan jika banyak ditemui orang yang menggunakan *jersey* di tempat-tempat yang sebenarnya tidak terkait dengan sepak bola (*stadion, base camp fans club*) tetapi kini *jersey* juga dapat kita temukan di kampus, jalan umum, mal, bahkan klub malam. Kita juga tak perlu heran jika yang pengguna *jersey* tak terlalu tahu tentang “makna” (filosofi klub, sejarah, bahkan pemain) dari *jersey*.



Gambar 5. Trend Fashion Jersey Wanita

b. Peran Produsen dan Wacana Perkembangan *Trend Fashion Jersey*

Perkembangan *jersey* dimulai dari awal penggunaannya mengalami inovasi baik secara disain, pengguna, munculnya sponsor, sampai kepada *trend fashion* yang tidak lagi me-mentingkan fungsi awalnya. Peran produsen dalam perkembangan inovasi produk *jersey* menjadi sebuah peluang usaha yang menarik dan ideal. Sebagai produsen tentu memerlukan sebuah pasar sebagai tempat pertukaran dengan konsumen,

sedangkan pasar dibentuk melalui wacana sebagai sarana yang efektif dalam perkembangan sebuah produk. Melalui kekuatan wacana sepak bola sebagai bahasa dunia yang mampu menyatukan seluruh manusia diseluruh penjuru, melahirkan penggemar, pendukung fanatik sebagai *trend* bagi semua kalangan. Kepekaan produsen yang mampu membaca kebutuhan manusia melalui *trend* menjadi sebuah kesempatan yang cukup baik dalam menciptakan *fashion Jersey*. Tidak hanya untuk kebutuhan untuk permainan, namun mampu menjadi identitas bagi pendukung.

Peran Produsen *jersey* yang dulunya memproduksi dengan pertimbangan kebutuhan permainan sepak bola beralih menjadi pakaian yang dapat digunakan kapan saja dan dimanapun. Perubahan fungsi perancangan pun berubah seiring berkembangnya kebutuhan *jersey* pada *trend fashion* sepak bola masa kini. Posisi produsen dalam perubahan persepsi penggunaan *jersey* baik secara fungsi, atribut, dan elemen lainnya sebagai mediator.

3. Determinasi Peran Kapitalisme dan Identitas Fans Sepakbola yang Bias

Paham kapitalisme yang dianut oleh klub sepak bola memang tidak mungkin bisa dilepaskan, karena seperti yang kita tahu jika di era sepakbola industri kini klub sepak bola memasuki sebuah era kepemilikan “Go Public” yang artinya *fans* bisa di bilang adalah lebih dari setengah nyawa yang di

punyai suatu klub sepak bola, karena selain berfungsi sebagai pendukung, fans juga menjadi “*controller*” (dalam hal ini adalah pemilik saham) yang artinya para *fans* ini tidak lagi hanya pendukung suatu klub sepak bola namun juga sebagai pengawas dari kebijakan dan aktivitas klub sepak bola. Seiring dengan fungsi yang “menyatu” dengan klub ke-sayangannya maka bisa ditebak jika “rasa me-miliki” fans terhadap klub kesayangannya semakin bertambah. Dan tentu saja rasa ke-pemilikan yang besar dari para fans inilah yang di jadikan celah oleh klub untuk terus melebarkan basis pendukungnya ke tempat-tempat lain di belahan dunia. Namun begitu hal ini juga menjadi sebuah dilema tersendiri hal ini, karena tidak ada lagi batas identitas yang jelas antara *fans* sejati dengan pecinta “*jersey fashion*” , karena dengan disain, harga dan mudahnya mendapatkan *jersey* klub idola. Namun begitu bagi penulis sendiri melihat kedua hal ini tak perlu di perdebatkan karena sejatinya penulis sendiri juga belum mendapatkan arti sesungguhnya dari identitas *fans* sejati , jadi jikapun ada fenomena “*fashion jersey*” penulis rasa semua itu tak masalah bagi penulis sendiri. Sepak bola memang olahraga yang penuh dengan “*magic* atau sihir”, sehingga memang tidak perlu mem-buat sekat antara *fans* sejati dan “*fashion jersey*” sebagai pembeda, hal ini seperti sepak bola yang telah sebagai olahraga untuk semua se-hingga tak perlu

rasanya membuat sekat untuk sepak bola agar di cintai.

4. Pembacaan Ulang Fungsi dan Makna *Jersey* (dekonstruksi)

Pembacaan makna baru dapat tercipta dari perbedaan posisi melihat segala sesuatu. Hal ini disebut sebagai dekonstruksi oleh Derrida. Sebuah produk akan memiliki fungsi karena makna baru yang timbul dari sisi persepsi lain. Dalam hal ini Produk kaos sepak bola dengan fungsi kebutuhan permainan bola pada *club* akan mengalami perubahan fungsi karena pemaknaan ulang dari sisi penggemar atau pendukung *club* sepak bola.

Derrida (Abdul Hakim, <http://www.academia.edu>, online 14 November 2016), mengungkapkan pola pembacaan ulang makna dengan dekonstruksi sebagai per-lawanan dari hermeneutika yang justru me-rekonstruksi makna. Pembacaan dekonstruksi merupakan metode untuk menyusun sesuatu yang terurai menjadi makna baru dengan struktur itu sendiri, sedangkan pada hermeneutika berusaha untuk menyusun makna sesuai bentuk yang sebenarnya. Dekonstruksi merupakan jalan untuk melihat hadirnya makna baru dari kondisi tertentu, seperti perbedaan posisi melihat. Perbedaan tempat dan perspektif sangat berpengaruh bagi timbulnya makna baru dalam mem-presepsi sesuatu.



Gambar 6. Alur Perubahan dari Dekonstruksi

Perubahan penggunaan fungsi maupun pembacaan ulang terhadap penggunaan se-buah fungsi produk sangat berkaitan dengan persepsi prespektif menilai. Hal ini terkait dengan perubahan fungsi yang terjadi pada kaos klub sepak bola yang dulunya digunakan dengan sebab fungsi kebutuhan permainan bola menjadi makna baru sebagai identitas. Makna awal yang sebenarnya dibentuk ber-dasarkan fungsi maupun penanda untuk kebutuhan permainan sepak bola. Segala pertimbangan perangan seragam baik secara material, warna, elemen visual dan nomor baju awalnya hadir dari pertimbangan makna awal yang bersifat fungsional keperluan permainan namun pada kondisi tertentu makna awal yang dibentuk dapat berubah pada kondisi tertentu. Keberadaan *jersey* yang memiliki makna awal akan mengalami per-ubahan persepsi penggunaan karena kondisi yang berbeda. Penggunaan *jersey* di posisi penggemar justru digunakan tidak selayaknya fungsi awal yang digunakan pemain saat ber-tanding. Perubahan persepsi makna dihirau-kan akibat perubahan posisi yang terjadi. Hal inipun terjadi tidak hanya sepenuhnya krena dekonstruksi yang dibuat

oleh pendukung klub, melainkan peran produsen sebagai pe-nyedia *jersey* menjadi mediator yang sangat berperan penting dalam menentukan per-ubahan penggunaan fungsi *jersey* menjadi makna yang lain bagi pendukung.

F. KESIMPULAN

Perubahan fungsi pada penggunaan produk kaos sepak bola (*Jersey*) dibentuk melalui adanya perubahan posisi penggunaan yang berbeda. Perubahan posisi tersebut adalah penggunaan *Jersey* di posisi kebutuhan permainan menggunkan seragam berdasar-kan fungsi yang sebnarnya, sedangkan pada posisi pendukungnya menganggap *jersey* se-bagai identitas maupun *style fashion*. Perubah-an penggunaan ini terjadi akibat perbedaan posisi dan peran produsen sebagai penentu *jersey* sebagai media yang dipilih sebagai per-kembangan fashion.

Perubahan fungsi penggunaan pada *jersey* klub sepak bola tidak hanya secara fungsi material namun secara makna seragam ini terdekonstruksi dari fungsi menjadi makna identitas. Beberapa elemen seperti kombinasi warna baju menjadi identik dengan klub yang dibawahinya, hal ini men-jadi perhatian bagi pendukung untuk diguna-kan sebagai pembeda maupun kebanggaan baginya. Elemen nomor punggung juga sangat fenomenal sebagai pengganti dari identitas pemain, kadang kala nomor punggung hadir sebagai perwakilan

yang di-gunakan penggemar untuk merujuk kepada pe-main favoritnya. *Jersey* menjadi sebuah makna baru yang memberikan semangat rasa me-miliki dan kebanggan bagi pendukungnya. Mereka seakan merasa dimiliki melalui *jersey* yang digunakannya.

Proses terjadinya perubahan fungsi *jersey* menjadi makna baru bagi pendukung klub sepak bola terjadi akibat pemilihan objek *jersey* identitas. Hadirnya bintang-bintang bola dan klub mengakibatkan munculnya komunitas pendukung fanatik yang merasa memerlukan identitas untuk diakui. *Jersey* adalah hal yang tak terlepas dari per-mainan sepak bola secara otomatis menjadi objek yang mudah untuk direkam dan dicerna oleh pendukung. Munculnya kasus ini pun menjadi peluang bagi para produsen *fashion* untuk menjadi mediator yang menyiapkan *jersey* bagi pendukung. Seiring terjadinya per-kembangan *trend fashion*, *jersey* pun mengalami inovasi yang cukup signifikan hingga muncul-nya *jersey* bagi para wanita. Hal ini semakin membuat *jersey* jauh dari makna sebelumnya.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Cresswell, John W. (2010). *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Denzin, & Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Deddy, Mulyana. (2012). *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nisa, Fakhrun. (2016). *Gaya Busana sebagai Media Pembentukan Identitas Musik White Shoes and the Couples Company*. Jakarta: Acta Diurna Journal.
- Rulli, Nasrullah. (2012). *Komunikasi Antar Budaya (di Era Budaya Siber)*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Rohidi, Tjetjep H. (2000). *Kesenian dalam Pendekatan Kebudayaan*. Bandung: STSI Press.
- Subana, M, & Sudrajat. (2001). *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: CV. PUSTAKA SETIA.
- Wajenkz. (2012, Oktober 20). Jersey dan Maknanya Kini. *Kompasiana*. Retrieved from http://www.kompasiana.com/wajenkz/jersey-dan-maknanya-kini_55189160a333118107b6651c

