

terhadap peluang untuk menggunakan *t-shirt* sebagai media berkampanye kepada generasi muda Indonesia dengan mengusung tema nasionalisme dan patriotisme.

Menurut Muljana (2008: 3-4), nasionalisme adalah manifestasi kesadaran bernegara atau semangat bernegara. Pada hakikatnya, wujud nasionalisme yang hidup pada rakyat dan para penguasa yang berada di negara merdeka yaitu dengan sekuat tenaga memertahankan kedaulatan negaranya dan bekerja demi keagungan negaranya. Semangat nasional berkembang ke arah kebanggaan bernegara.

DAMN! I Love Indonesia merupakan *brand* lokal Indonesia yang salah satu produknya menggunakan media *t-shirt* untuk mengekspresikan kecintaan anak muda Indonesia terhadap bangsanya. *Brand* ini didirikan pada tanggal 28 Oktober 2008 oleh Daniel Mananta, seorang *host* program televisi swasta nasional dalam pencarian bakat bidang tarik suara yaitu Indonesian Idol dan awal karirnya pun terkenal sebagai VJ MTV di Indonesia.

Kedekatannya pada dunia anak muda membuat ia memperkenalkan *brand* tersebut kepada generasi muda sebagai bentuk penghargaan terhadap bangsa dan negara, serta untuk menginspirasi generasi muda Indonesia untuk lebih sadar dan bangga akan warisan, budaya, dan sejarah mereka. Ia menciptakan *brand* tersebut untuk menunjukkan rasa terima kasih terhadap tanah airnya, yaitu Indonesia.

Tentu saja peran media *t-shirt* di sini sangat besar, yakni memberikan kesadaran kepada generasi muda untuk memertahankan kedaulatan negaranya

dan bekerja demi keagungan negaranya. Namun, apakah bentuk nasionalisme saat zaman penjajahan dahulu sama dengan nasionalisme yang dibentuk oleh DAMN! I Love Indonesia?

Pentingnya melakukan penelitian ini terletak pada keunikan teks-teks *t-shirt* DAMN! I Love Indonesia yang salah satunya didominasi oleh konsep desain budaya Indonesia, sementara nasionalisme menolak kebudayaan dan perbedaan di mana ia ditoleransi dengan mencoba menghapuskan semua pandangan dan kepentingan yang berbeda demi kebaikan satu visi dari kewajiban sebagai suatu bangsa (Grosby dalam Supriyadi, <http://areabuku.wordpress.com/2011/12/21/nasionalisme-dan-perpecahan-umat-manusia/> diakses pada tanggal 3 Desember 2014 pukul 18.48 WIB).

Nama *brand* lokal Indonesia ini pun lebih memilih menggunakan bahasa asing (Inggris) daripada bahasa nasionalnya sendiri yakni bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa asing pun diaplikasikan dalam teks-teks *t-shirt* yang memodifikasi logo menjadi ke berbagai bahasa negara, salah satunya adalah Jepang.

Padahal berdasarkan perspektif historis, nasionalisme Indonesia merupakan paham yang lahir karena peristiwa besar penjajahan Belanda dan Jepang sebelum Indonesia menjadi sebuah negara sampai dibentuknya ideologi negara yakni Pancasila. Tidak hanya Jepang, Belanda pun hadir dalam teks yang memanfaatkan momentum bahkan dalam teks *t-shirt* yang dalam hal ini sebagai media komunikasi bentuk nasionalisme Indonesia.

Maka, serangkaian teks tersebut didefinisikan sebagai representasi teks-teks yang tidak familiar dan berperan dalam perkembangan sebuah genre karena mengingat genre senantiasa berubah sepanjang waktu (Stokes, 2006: 91).

Menurut Stokes, genre adalah salah satu cara untuk mengklasifikasikan film yang paling mudah diidentifikasi karena telah siap digunakan oleh industri film demi tujuan-tujuan pemasaran (2006: 90), dan DAMN! I Love Indonesia mengklasifikasikan teks-teksnya ke dalam tipe nasionalisme dan patriotisme yang dikemas secara modern agar dapat diterima oleh generasi muda Indonesia.

Penelitian kualitatif ini menerapkan konvensi-konvensi pembentuk genre menurut Jane Stokes, yaitu *setting*, (prediksi) lokasi, ikonografi, peristiwa-peristiwa naratif, karakter-karakter, dan struktur plot melalui studi genre tipe pertama, yaitu sejauh mana teks t-shirt DAMN! I Love Indonesia berkompromi dengan genre nasionalisme Indonesia.

Menganalisis teks-teks *t-shirt brand* tersebut akan membawa pemahaman tentang tipe-tipe nasionalisme apa saja yang berkembang di Indonesia sehingga menyanggah pemikiran bahwa tema nasionalisme hanya lah sebuah ide segar dalam pasar global. Lagi-lagi, *t-shirt* menjadi bagian dari beragam media penting yang akan membuktikannya.

B. Pembatasan Masalah

Berdasarkan tujuan penelitian dalam memahami tipe-tipe nasionalisme yang berkembang di kalangan generasi muda Indonesia melalui teks *t-shirt* DAMN! I Love Indonesia ini, populasi memiliki batasan waktu tertentu untuk melihat perkembangan genre nasionalisme Indonesia yang terjadi di waktu sekarang, yakni dimulainya penelitian ini (April 2014) sampai dengan akhir tahun (Desember 2014).

Tujuannya adalah untuk mendapatkan teks-teks yang tidak familiar atau menyimpang dari genre nasionalisme Indonesia yang sudah dipraktikkan sebelumnya sehingga penelitian ini menggunakan analisis tekstual dengan pendekatan tipologis yaitu studi genre.

C. Perumusan Masalah

Bagaimana tipe-tipe teks *t-shirt* DAMN! I Love Indonesia dalam merepresentasikan bentuk nasionalisme kepada generasi muda Indonesia?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami tipe-tipe nasionalisme yang berkembang di kalangan generasi muda Indonesia melalui teks *t-shirt* DAMN! I Love Indonesia.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Memahami perkembangan tipe-tipe teks nasionalisme Indonesia di masa sekarang yang direpresentasikan oleh media *t-shirt*.

2. Bagi Lembaga Pendidikan

Mengembangkan penelitian media *t-shirt* dengan menggunakan metode analisis yang berbeda yakni studi genre untuk memahami tipe-tipe nasionalisme yang berkembang di Indonesia melalui teks-teks yang tidak familiar.

3. Bagi Masyarakat

Memberikan pemahaman mengenai tipe-tipe teks nasionalisme Indonesia yang sudah berkembang dari zaman kolonialisme hingga era globalisasi yang melibatkan teks tersebut kepada perubahan-perubahan persoalan-persoalan yang terjadi di masa sekarang.

F. Sistematika Penulisan

BAB I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah
2. Pembatasan Masalah
3. Perumusan Masalah
4. Tujuan Penelitian

5. Manfaat Penelitian

6. Sistematika Penelitian

BAB II. KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

1. Kajian Hasil-Hasil Penelitian

2. Pembahasan Teori

3. Kerangka Pemikiran

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode dan Desain Penelitian

2. Populasi dan Sampel

3. Metode Pengumpulan Data

4. Instrumen Penelitian

5. Teknik Analisis Data

6. Definisi Operasional

BAB IV. LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

1. Deskripsi Hasil Penelitian

2. Pembahasan Hasil Penelitian

BAB V. PENUTUP

1. Kesimpulan

2. Saran

