

**MAKNA SNEAKERS VANS TERHADAP PENGGUNA SNEAKERS VANS  
( STUDI PADA KOMUNITAS SNEAKERS VANS OFF THE WALL  
YOGYAKARTA (OTWYK) )**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Guna Memenuhi Sebagai Syarat Penyusunan Skripsi**

Disusun oleh:

**RAHMAN HUSADA PUTRA**

**(14720014)**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2019**

**MAKNA *SNEAKERS VANS* TERHADAP PENGGUNA *SNEAKERS VANS*  
( STUDI PADA KOMUNITAS *SNEAKERS VANS OFF THE WALL*  
YOGYAKARTA (OTWYK) )**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Guna Memenuhi Sebagai Syarat Penyusunan Skripsi**

Disusun oleh:

**RAHMAN HUSADA PUTRA**  
(14720014)

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2019**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-97/Un.02/DSH/PP.00.9/03/2019

Tugas Akhir dengan judul : MAKNA SNEAKERS VANS TERHADAP PENGGUNA SNEAKERS VANS ( STUDI PADA KOMUNITAS SNEAKERS VANS OFF THE WALL YOGYAKARTA (OTWYK) )

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RAHMAN HUSADA PUTRA  
Nomor Induk Mahasiswa : 14720014  
Telah diujikan pada : Senin, 11 Februari 2019  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Sulistyaningsih, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19761224 200604 2 001

Penguji I

Ahmad Norma Permata, S.Ag., M.A., Ph.D.  
NIP. 19711207 200901 1 003

Penguji II

Astri Hanjarwati, S.Sos., M.A.  
NIP. 19850502 201503 2 005

YOGYAKARTA

Yogyakarta, 11 Februari 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19680416 199503 1 004

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : **Rahman Husada Putra**  
Nomor Induk : **14720014**  
Program Studi : **Sosiologi**  
Fakultas : **Ilmu Sosial dan Humaniora**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya atau penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 04 Maret 2019  
yang menyatakan



**Rahman Husada Putra**  
14720014

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi  
Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan maka selaku pembimbing, saya menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Rahman Husada Putra  
NIM : 14720014  
Prodi : Sosiologi  
Judul : Makna Sneakers Vans Terhadap Pengguna *Sneakes Vans*  
(Studi Komunitas Vans *Off The Wall* Yogyakarta)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosah. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr Wb.*

Yogyakarta, 04 Maret 2019

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

  
Dr. Sulistyarningsih, S.Sos, M.Si  
197612242006042001

## MOTTO

Buah pemikiran seseorang memang utama tapi akan lebih utama jika terintegrasi  
dari sanubari mereka

(Rahman Husada Putra)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini saya persembahkan kepada**

**Alamat saya Program Studi Sosiologi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**

**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**Keluarga Besar Progi Sosiologi**

**Khususnya angkatan 2014**

**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**Serta penulis persembahkan untuk para pencinta sneakers Vans Off The  
Wall yang masih konsisten dengan memakai sneakers Vans original, salam  
original dan terima kasih atas segalanya**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan pada Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan menyusun skripsi. Shalawat serta salam selalu tercurah pada Nabi besar Muhammad SAW serta keluarga dan kerabatnya yang sentiasa menjadi suri tauladan bagi kita semua. Skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan ketidaksempurnaan yang dimiliki oleh penulis. Maka dari itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran untuk menjadikan skripsi ini lebih baik lagi.

Penulis menyadari skripsi telah melibatkan banyak pihak secara langsung maupun tidak langsung yang telah berjasa untuk membantu menyelesaikan skripsi ini, baik dalam membimbing, memotivasi maupun ikut berpartisipasi, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Mochammad Sodik,S.Sos,Msi, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Achmad Zainal Arifin, S.Ag. M.A,Ph.D. selaku Ketua Prodi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Sulistyaningsih, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik dan yang memotivasi agar cepat lulus.



4. Bapak Dr. Phil Ahmad Norma Permata, M.A. selaku penguji satu yang selalu memberikan masukan dan arahan untuk kesempurnaan skripsi peneliti.
5. Segenap Dosen Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta atas ilmu yang diberikan.
6. Bapak dan ibu yang tak pernah lelah memberikan kasih sayang dan mendoakan keselamatan, kebahagiaan dan kelancaran serta motivasi yang tidak pernah putus .
7. Komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta selaku wadah penelitian saya dan sudah bersedia berbagai ilmu dan waktunya
8. Segenap informan, segenap anggota komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta tanpa kalian semua skripsi hampa dan kosong
9. Teman-teman Sosiologi 2014, Grup arisan, Grup lambe-lambe turah, dan grub-grub yang lain telah merampaiakan hpku.
10. Aliansi sambat skripsi, Rifki, Zain, Miftha, Bian, Yuandha, tanpa kalian skripsi mengerjakan skripsi ini membosankan
11. Warung kopi otentik yang selalu membuatkan kopi yang saya mau untuk mengerjakan skripsi dengan syahdu.

Semoga Allah membalas kebaikan kalian. Amin

Yogyakarta, 26 Februari 2019

Rahman Husada Putra

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
SURAT PERNYATAAN	II
NOTA DINAS PEMBIMBING	III
MOTO	VI
HALAMAN PERSEMBAHAN	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR GRAFIK	XI
ABSTRAK	XII
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Manfaat Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	7
E. Landasan Teori	13
F. Metode penelitian	18
H. Sistematika Pembahasan	37
BAB II SEJARAH DAN PROFIL KOMUNITAS VANS OFF THE WALL YOGYAKARTA	39
A. SEJARAH PERKEMBANGAN SNEAKERS VANS	39
1. Pendiri Sneakers Vans	39
2. Toko dan Pabrik	40
3. Vans di Indonesia	41
B. SEJARAH DAN PROFIL KOMUNITAS VANS OFF THE WALL YOGYAKARTA	42
1. Sejarah Berdirinya Komunitas Vans Off The Wall Yogyakarta	42
2. Profil Komunitas	43
C. LOGO KOMUNITAS	44
D. SUMBER PENDANAAN	46
E. KEGIATAN VANS OFF THE WALL YOGYAKARTA	46
F. PROFIL INFORMAN	53
BAB III BENTUK PEMAKNAAN PENGGUNA SNEAKERS VANS DALAM KOMUNITAS VANS OFF THE WALL YOGYAKARTA	57
A. BENTUK PEMANAAN PENGGUNA SNEAKERS VANS DALAM KOMUNITAS VANS OFF THE WALL	57
1. Fashion	57
2. Pengorbanan	60

3. ketahanan sneakes Vans bagi pengguna	61
4. Fleksibel	62
B. KONTRIBUSI KOMUNITAS BAGI ANGGOTA	63
1. Shering Seasion	64
2. Silaturahmi	65
3. Edukasi	66
BAB IV KONSUMSI ANGGOTA KOMUNITAS SNEAKES VANS OFF THE WALL YOGYAKARTA	68
A. KONSUMSI ANGGOTA KOMUNITAS VANS OFF THE WALL YOGYAKARTA DIKOTA YOGYAKARTA	68
1. Sebagai Alat Silatuami	69
2. Fashion	69
3. Pengorbanan	69
4. Fleksibel	70
5. Ketahanan	70
B. CITRA KOMUNITAS VANS OFF THE WALL YOGYAKARTA DALAM INTEGRASI INTERKONEKSI	76
1. Konsumen Muslim	76
2. ketentuan Islam Dalam Konsumsi	78
BAB V PENUTUP	81
A. KESIMPULAN	81
B. SARAN DAN REKOMENDASI	84
DAFTAR PUSTAKA	85

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

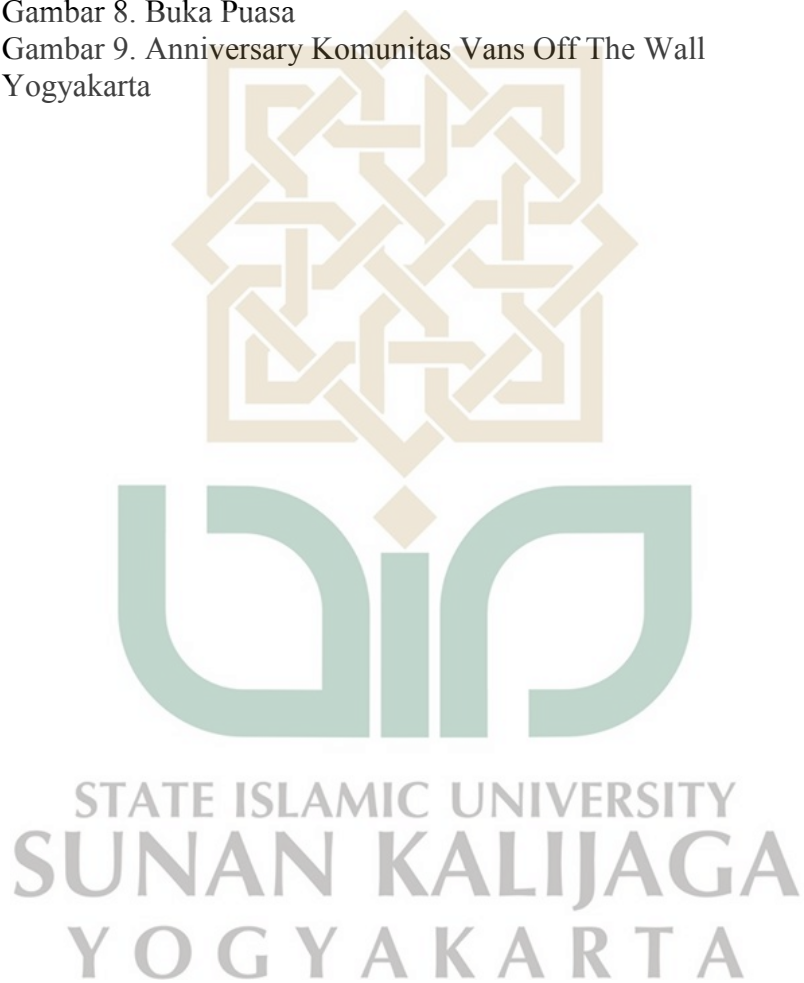
## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Database Trend yang berkembang dari tahun ke tahun	3
Tabel 2. Database nama-nama merek sepatu dari Olahraga dan Non Olahraga	4
Tabel 3. Tahap Observasi	21
Tabel 4. Tahap Wawancara	32



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Stand Komunitas Vans Off The Wall Yogyakarta	27
Gambar 2. Talkshow	28
Gambar 3. Suasana Event SneakersHub	29
Gambar 4. Logo Komunitas Vans Off The Wall Yogyakarta	44
Gambar 5. Gathering	47
Gambar 6. Stand Komunitas Vans Off The Wall Yogyakarta	48
Gambar 7. Skateboarding	49
Gambar 8. Buka Puasa	50
Gambar 9. Anniversary Komunitas Vans Off The Wall Yogyakarta	51



## ABSTRAK

Kelompok termasuk hal terpenting mempengaruhi pola pemikiran besar tingkat konformitas yang muncul akan tergantung pada tipologi mana remaja dominan. Gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang di dunia yang ekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Penilaian mengenai bagus tidaknya suatu *fashion* tergantung dari pendapat dan selera yang melihat. *Sneakers* adalah sepatu berbahan sol karet yang sudah menjadi *style* sekarang ini. *Sneakers* bagi orang-orang ada yang digunakan untuk kebutuhan sehari-hari dan aktivitas lainnya. Seiring berjalannya waktu *sneakers* kini telah bermunculan dalam komunitas. Komunitas yang ada di Yogyakarta diantaranya komunitas *Off The Wall* Yogyakarta (OTWYK). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui makna pengguna *sneakers Vans* di dalam komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta serta mengetahui peran komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta terhadap anggotanya.

Penelitian ini menggunakan teori konsumsi dari Jean Baudrillard mengatakan bahwa yang dikonsumsi oleh masyarakat konsumeris bukanlah kegunaan dari suatu produk melainkan citra atau pesan yang disampaikan dari suatu produk. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara. Sample yang di wawancarai ada sembilan orang diantaranya empat orang yang mengikuti komunitas dan lima orang yang tidak mengikuti komunitas. Metode yang digunakan dalam wawancara yaitu dengan *snowball* sampling dengan pendekatan ke admin komunitas OTWYK melalui *instagram*, *line* dan *whatsapp* lalu merambah ke anggota OTWYK setelah itu peneliti mendatangi ke komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta. Peneliti melakukan observasi lapangan dan dokumentasi. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi ke dua event yang pertama ke event *The Jakarta Sneakers Day* dan yang kedua mendatangi ke event *SneakersHub*, kemudian peneliti juga melakukan dokumentasi pada saat kedua acara tersebut. Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif melalui reduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian ini yang telah dilakukan adalah terdapat bermacam-macam pemaknaan pengguna *sneakers* yaitu bahwa yang dikonsumsi oleh masyarakat konsumeris bukan kegunaan suatu produk namun citra atau pesan yang disampaikan dari suatu rasa *hedonime* yang sangat mendominasi di dalam citra *sneakers Vans*. Namun rasa hedonisme tersebut menciptakan hal positif yaitu memberikan semangat ketika dalam hal berkumpul antara pengguna *sneakers Vans*. Dalam hal ini juga adanya rasa silaturahmi yang erat antar sesama pengguna *sneakers Vans*, adanya rasa pengorbanan dalam mendapatkan *sneakers Vans*, sebagai *fashion style* bagi pengguna *sneakers Vans*.

Keywords : *Sneakers Vans, Komunitas Off The Wall Yogyakarta*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### LATAR BELAKANG

Bab satu berisi tentang rumusan masalah, tujuan dilakukannya penelitian, beberapa tinjauan pustaka yang terkait dengan penelitian, teori yang digunakan untuk menganalisis penelitian dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian

##### A. Latar belakang

Kelompok termasuk hal terpenting yang akan mempengaruhi pola pemikiran besar tingkat konformitas yang muncul akan tergantung pada tipologi mana remaja tersebut dominan. Gaya hidup sebenarnya merupakan sebuah mode kehidupan mengenai aktivitas, yaitu bagaimana remaja menggunakan waktu, minat yaitu apa yang menarik dari lingkungan, serta opini yaitu apa yang remaja pikirkan mengenai diri sendiri dan dunianya.<sup>1</sup>

Gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang di dunia yang ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam berinteraksi di dunia<sup>2</sup>

*Fashion* merupakan suatu hal yang definisinya berbeda-beda tergantung dari pendapatnya masing-masing individu yang memberikan pendapatnya, penilaian mengenai bagus tidaknya suatu *fashion* tergantung dari pendapat dan selera yang melihat, satu *fashion items* dapat menjadi pujian maupun ejekan dalam satu waktu yang sama.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Assael 1996 dalam skripsi Farkhan Adi Surya,” *Perbedaan Tingkat Konformitas ditinjau dari gaya hidup pada remaja*” Universitas Islam Indonesia. hlm 66

<sup>2</sup> Bimo Nurahman, “*Fenomena lifestyle Komunitas Vaporizer Bandung*”, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan Bandung. hlm 3

<sup>3</sup>Fadhi Dzil Ikram, (2017) “ *Fenomena Fashion Sneakers Adidas Yezzy Boost di Kalangan Para Pecinta Sneakers di kota Bandung ( Studi Fenomologi Mengenai Motif dibalik*

*Fashion* menjadi hal yang sangat menarik karena sifatnya yang selalu terus berubah-ubah dan tidak ada skala pengukuran mengenai keistimewaan mengenai suatu produk. *Fashion* dapat dikatakan sebagai *signature* atau karakter dari pemakaian barang tersebut, *fashion* bisa dikatakan sebagai alat untuk membuat suatu komunitas.<sup>4</sup> Perkembangan *fashion* dari tahun ke tahun semakin berkembang pesat. *Trend* yang berkembang dari tahun ke tahun meliputi :

**Tabel 1.1**  
**Database Trend yang berkembang dari tahun ke tahun**

No	Tahun	Trend
1.	1920	Wanita menggunakan pakaian <i>victory style</i> , dengan korset yang berlapis-lapis mengikat
2.	1930	Gaun yang menonjolkan bentuk tubuh lebih populer
3.	1940	kemeja, celana denim, dan <i>scraf</i>
4.	1950	<i>Teddy boys</i> gaya satu set jas berkancing, kemeja didalamnya
5.	1960	Warna warna cerah dengan motif floral yang merajai
6.	1970	Berpakaian ketat, rambut <i>mowhawk</i> ala suku indian, dengan aksesoris seperti anting, kacamata, dan emblem
7.	1980	Wanita = celana dan baju senam ketat, lengkap dengan sepatu <i>kets sneakers</i> Laki-laki = celana dan jaket gombong
8.	1990	Celana atau rok berbahan denim dipadukan dengan kaus
9.	2000	Celana dan jaket denim dengan bentuk gombong, <i>trucker-hat</i> , bandana, serta <i>sneakers</i>
10.	2005-2009	Celana ketat dengan memperlihatkan bentuk kaki

Pemilihan *Sneakers Adidas Yezzy Boost* sebagai Identitas)", Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi. hlm 1

<sup>4</sup> *ibid* hlm 2



		dipadukan dengan kaus atau jaket kulit
11.	2010-2016	Kaus polos, celana atau rok <i>jeans</i> , kemeja kotak, gaun tunik, legging, <i>flat shoes</i> , <i>sneakers</i> , serta jaket dan sweter. Nuasa monokrom

Sumber: [www. Megajurnal.com](http://www.Megajurnal.com) diakses pada tanggal 9 Januari 2018, pada pukul 09.30 WIB

*Fashion* yang terus berkembang salah satunya yaitu *trend* sepatu. Persaingan industri sepatu sangatlah ketat dikarenakan banyaknya merek-merek bermunculan baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini meliputi dari :

**Tabel 1.2**

**Database nama-nama merek sepatu dari Olahraga dan Non Olahraga**

Nama nama merek sepatu Olahraga dan Non Olahraga			
Olahraga		Non Olahraga	
1	Converse	1	Buccheri
2	Adidas	2	Bata
3	Gosh	3	Yongki Komaladi
4	Batta	4	Pakaloko
5	Reebok	5	Bally
6	Piero	6	Cole
7	Fila	7	Nevada
8	Nike	8	Kickers
9	Eagle	9	Fladeo
10	Spalding	10	Crocs
11	NB	11	Edward Forrer
12	Spotec	12	Carvil
13	Rotelli	13	Vans
14	Logo	14	Amanda Jeans

Sumber : [www.MajalahMarketing.com](http://www.MajalahMarketing.com) diakses pada tanggal 9 Januari 2018, pada pukul 13.30 WIB

Selain untuk menunjang penampilan, pemakaian sepatu sudah menjadi gaya hidup masyarakat modern. Sebagian remaja, orang dewasa maupun orang tua yang pergi kemana saja menggunakan sepatu. Penampilan sudah dijadikan

kebutuhan masyarakat modern sekarang ini, Inilah peluang bagi para perusahaan industri sepatu.<sup>5</sup>

*Sneakers* adalah sepatu yang berbahan soal karet yang sudah menjadi sebuah *style* sekarang ini. Banyak orang menggunakan untuk dipakai sehari-hari hingga beragam aktivitas lainnya. Seiring dengan berjalannya waktu, mulai bermunculan komunitas pecinta *sneakers* di Yogyakarta diantaranya Komunitas *Vans Off the Wall* Yogyakarta (OTWYK).

Kegemaran mengoleksi sepatu *branded* di beragam kalangan, tentunya memiliki kisah menarik bagi pemiliknya. Seperti yang diungkap oleh Jimmy Kristian yaitu salah satu anggota *Off The Wall* Yogyakarta (OTWYK) yang menunggu selama 5 tahun dan berhasil mendapatkan sepatu keinginannya di tahun 2009. “*Sepatu bagus itu yang memiliki nilai sejarah dan nyaman dipakai*” ungkapinya. Perjuangan untuk mendapatkan sepatu yang diinginkan, umumnya menjadi cerita yang dimiliki para *sneakers*. Komunitas-komunitas *sneakers* tersebut tidak hanya mengedukasi masyarakat cara membeli sepatu agar tidak dibodohi, tetapi juga secara periodik melakukan kegiatan sosial di panti asuhan seperti yang dilakukan oleh *sneakers* Adidas. Jelas ogie menagkis anggapan negative masyarakat.<sup>6</sup>

Dari penelitian di atas peneliti akan meneliti tentang Makna *Sneakers Vans* terhadap pengguna *Sneakers Vans* ( Studi pada komunitas *Sneakers Vans*

---

<sup>5</sup>Dian Destanta “*Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Kesan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Convers (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. hlm 4

<sup>6</sup> Maylatul Aspiya, *Apa Alasan Cowok Jadi pengoleksi sepatu* (KRjogja.com) diakses pada tanggal 10 Januar , pada pukul 09.30 WIB

*Off The Wall* Yogyakarta (OTWYK) ). Komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta mewadahi mereka pengguna *Sneakers Vans*. Komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta (OTWYK) juga memiliki kegiatan diantaranya mengedukasi terhadap anggota. Edukasi meliputi tentang bagaimana cara membedakan *sneakers* palsu dan *original*. Mengedukasi juga tentang cara peralatan sepatu yang benar . Komunitas *Vans Off The Wall Yogyakarta* (OTWYK) juga melakukan *gathering* didalam *gathering* tersebut kegiatan melang sepatu *second*. Dalam pevelangan tidak hanya *Sneakers Vans* saja namun ada juga merek *Sneakers* yang lain diantaranya New ballance, Adidas dan Puma.

#### **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, maka rumusan untuk masalah ini adalah bagaimana makna *Sneakers Vans* terhadap pengguna *sneakers Vans Off The Wall* Yogyakarta (OTWYK) ?

#### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan :

Untuk Mengetahui makna dari pengguna *Sneakers Vans* di dalam komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta (OTWYK).

Untuk mengetahui peran komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta terhadap anggotanya.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Dengan penelitian ini harapannya memberikan sumbangan dan menambah literatur ilmu pengetahuan dalam bidang Sosiologi Budaya.

Khususnya tentang Makna *Sneakes Vans* terhadap pengguna *Sneakers Vans Off the Wall* Yogyakarta (OTWYK).

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penelitian : memberikan berbagai pengalaman untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang didapat dari penelitian ini serta mampu berpartisipasi dengan masyarakat
- b. Bagi komunitas : dapat menambah referensi komunitas yang ada di daerah Yogyakarta
- c. Bagi mahasiswa : dapat digunakan sebagai referensi dan kajian untuk pengembangan selanjutnya

## D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka atau studi literatur merupakan bagian yang sangat diperlukan dalam sebuah literatur penelitian atau proposal penelitian. Pada bagian Tinjauan Pustaka mengungkapkan tentang pemikiran atau teori – teori yang melandasi sebuah penelitian. Dengan adanya sebuah penelitian membantu penelitian dalam mendapatkan informasi tentang apa saja yang pernah diteliti.

*Pertama*, Skripsi Fadhli Dzil Ikhrum, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pasundan Bandung yang berjudul “Fenomena *Fashion Sneakers Adidas Yezzy Boost* di Kalangan Para Pecinta *Sneakers* Kota Bandung (Studi *Fenomenologi* mengenai Motif di balik pemilihan *Sneakers Adidas Yezzy Boost* Sebagai Identitas). Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian kualitatif dengan studi *fenomenologi* Alfred Schutz. Penelitian ini menggunakan pendekatan subjektif yang menekankan penciptaan makna,

menjelaskan akan perilaku dengan menfasirkan apa yang dilakukan. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah para pecinta *sneakers* kota Bandung. Teknik dalam pengumpulan data melalui observasi dan wawancara dengan informan. Teori yang digunakan adalah studi *fenomenologi* dari Alfred Schutz yang menjelaskan bahwa tindakan seseorang didasari pada dua fase yaitu *because of motive on order motive*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa antara sesama pecinta *sneakers* kota Bandung memiliki keterkaitan secara tidak langsung karena memiliki prinsip yang sama yaitu ingin mengikuti perkembangan *fashion* khususnya pada *fashion sneakers*<sup>7</sup>

*Kedua* penelitian dari skripsi Ayu Sri Purnama Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro yang berjudul, "Pengaruh intentitas Mengakses Media Sosial *Adidas* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Sport Shoes* di kalangan Remaja Wanita". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui intentias mengakses media sosial *adidas* dan citra merek terhadap keputusan pembelian *sport shoes adidas* di kalangan remaja wanita. Teori yang digunakan adalah teori ketergantungan dan teori repon kognitif. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja wanita yang berusia 18-22 tahun dan berdomisi di Semarang dan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden dengan teknik *purpose sampling* Metode yang digunakan pendekatan kuantitaif menggunakan analisis regensi ganda. Hasil dari penelitaian bahwa tidak ada korelasi antara intentitas mengakses media sosial *Adidas* dan

---

<sup>7</sup> Skripsi Fadhi Dzil Ikram,(2017) “ *Fenomena Fashion Sneakers Adidas Yezzy Boost di Kalangan Para Pecinta Sneakers di Kota Bandung ( Studi Fenomologi Mengenai Motif dibalik Pemilihan Sneakers Adidas Yezzy Boost Sebagai Identitas)*”, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu komunikasi.

citra merek terhadap keputusan pembelian. Uji hipotesis yang pertama menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara intentitas mengakses media sosial terhadap keputusan pembelian *sport shoes* adidas di kalangan remaja wanita. Uji hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian *sport shoes* di kalangan remaja wanita.<sup>8</sup>

*Ketiga*, Skripsi Vania Tiara Andjani program Studi Ilmu Komunikasi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Univesitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang berjudul, “*Analisis Behavior Intention* berdasarkan Sikap dan Norma Subjektif pada pelanggan sepatu *Convers All Star Sneakers* (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2012-2015). Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap mahasiswa Administrasi Bisnis pengguna sepatu *Convers All Star Sneakers*, Norma Bisnis pengguna sepatu *Convers All Star* dan bagaimanakah *behavior intention* (maksud beli) pelanggan sepatu *Convers All Star Sneakers* di tinjau beasarkan sikap dan norma subjektif konsumen dengan menggunakan teori *Reasoned Action* dari Fishbein. Metode penelitian ini kuantitatif deskriptif dengan populasi penelitian ini adalah Mahasiswa pengguna sepatu *Convers All Star Sneakers* di Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta angkatan 2012-2015 dengan ukuran sampel sebanyak 77 responden. Teori yang digunakan menggunakan model Fishbein melalui tiga tahapan yaitu tabulasi sederhana, skor rata-rata dan rumus Fishbein untuk perhitungan sikap, norma subjektif dan *behavior intention*

---

<sup>8</sup> Ayu Sri Purnama, *Pengaruh Intentitas Mengakses Media Sosial Adidas dan Citra Merek Terhadap Keptutusan Pembelian Sport Shoes di kalangan Remaja Wanita*, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro

(maksud beli). Hasil dari penelitian hasil perhitungan untuk variable sikap sebesar 203,21 yang berada pada kategori positif, norma subjektif yang paling dominan yaitu teman sebesar 14,67 dan *behavior intention* (maksud beli) sebesar 135,67.<sup>9</sup>

*Keempat*, Skripsi Bimo Nurhaman, Progam Studi ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadaran Bandung yang berjudul “*Fenomena Lifestyle Komunitas Vaporizer Bandung*”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui fenomena penggunaan *Vaporizer* yang berada di komunitas *Vaporizer* Bandung. Teori penelitiann ini adalah fenomenologi, dengan menggunakan metode penelitian yang kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi keputusan dan studi lapangan yaitu observasi lapangan (*field observation*) dan wawancara mendalam (*depth interview*). Pemilihan infoman dilakukan dengan melalui proses pengamatan. Hasil penelitian ini adalah gambaran bahwa motif penggunaan *Vaporizer* di komunitas *Vaporizer* Bandung ialah bermacam-macam motif seperti *Vaporizer* itu murah harganya, *Vaporizer* memiliki spesifikasi yang mumpuni *Vaporizer* mempunyai performa yang baik, dan juga hanya sekedar coba-coba menggunakannya.

*Kelima*, Andrew Jonatan program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan Bandung yang berjudul, “Pengaruh Lifestyle Amerika Melalui Internet Terhadap Perilaku Kaum Muda di Indonesia”. Bertujuan untuk mengetahui pergerakan masuknya *life style* Amerika

---

<sup>9</sup> Vania Tiara Andjani, *Analisis Behavior Intention Berdasarkan Sikap dan Norma Subjektif Pada Pelanggan Sepatu Converse All Star Sneakers (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2012-2015)*, Program Studi Ilmu Adiminstrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Imu Politik.

melalui internet, perkembangan perilaku dan gaya busana kaum muda di Indonesia, dampak dari gaya hidup Amerika terhadap perilaku dan gaya berpakaian kaum muda di Indonesia. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu Hubungan Internasional K. J. Holsti menurutnya “sebuah bentuk interaksi dalam berbagai aspek internasional yang melewati batas negara antar anggota masyarakat yang berbeda, baik yang didukung dan bertindak atas nama pemerintah atau tidak”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif analisis yaitu metode penelitian yang menggambarkan kejadian-kejadian atau peristiwa-peristiwa berdasarkan data dan fakta yang ada dan berlangsung. Penelitian juga menggunakan teknik pengumpulan data studi kepustakaan yaitu usaha mencari dan mengumpulkan data serta informasi berdasarkan penelaah atau refensi, baik yang bersumber dari buku teks, majalah, surat kabar, artikel, internet maupun dokumen laporan tentang hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti, serta melakukan wawancara terhadap objek penelitian. Hasil penelitian ini semakin berkembangnya teknologi informan seperti internet dapat menyabakan informasi mnegenai gaya busana ala barat misalnya sneakers dari Amerika yang dapat mempengaruhi gaya berpakaian kaum muda Indonesia.<sup>10</sup>

*Keenam, Skripsi Ahmad Nurul Sulthoni, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga yang berjudul, "Fenomena Sneakers (Sudi Interaksionalisme Simbolik Tentang Makna Sneakers dalam komunitas Sneakerhead di Surabaya),"* Teori yang digunakan oleh penelitian ini

---

<sup>10</sup>Skripsi Jonatan Andrew, "Pengaruh Lifestyle Amerika Melalui Internet Terhadap Perilaku Kaum Muda Indonesia", Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan Bandung.



adalah interaksionalisme simbolik herbert Blummer dan teori kelompok sosial. Dalam penelitian dengan metode kualitatif deskriptif yang pengambilan datanya menggunakan metode *snowball* artinya cara pengambilan subjek penelitian dengan secara bertahap. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi sosial komunitas *sneakershead* terdiri dari interaksi di dunia maya, di dalam kaskus dan di interaksi ketika ada pertemuan *„gathering“*. Makna yang diberikan oleh *sneakerhead* terhadap sepatu *sneakers*, yaitu makna obyektif ataupun makna mendalam dan berkembang pada komunitas *sneakershead*, bahwa sepatu *sneakers* merupakan simbol kebanggaan. Simbol sepatu *sneakers* yang ditangkap oleh individu sebagai simbol interaksinya, ditafsirkan terlebih dahulu dengan cara memberikan makna terlebih dahulu sebelum akhirnya individu memutuskan untuk bertindak sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung istilah tersebut.<sup>11</sup>

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah didapat, sifat dari peneliti ini adalah melengkapi penelitian sebelumnya. Penelitian pertama, penelitian ini membahas terkait bagaimana sesama pecinta *sneakers* kota Bandung memiliki keterkaitan secara tidak langsung karena memiliki prinsip yang sama yaitu ingin mengikuti perkembangan *fashion* khusus pada *fashion sneakers*. Kedua membahas tentang tidak ada korelasi antara intensitas mengakses media sosial adidas dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Ketiga, penelitian ini mengkaji *behavior intention* berdasarkan sikap dan norma subjektif pada pelanggan sepatu *Convers All Star sneakers* pada mahasiswa Universitas Pembangunan

---

<sup>11</sup>Skripsi Sul-toni Ahmad Nurul, "Fenomena Sneaker (Studi Interaksionalisme Simbolik Tentang makna Sneaker dalam komunitas Sneakerhead di Surabaya)", Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga.

Nasional jurusan Administrasi bisnis angkatan 2012-2015. Keempat, penelitian mengkaji semakin berkembang teknologi dapat mempengaruhi gaya busana ala Barat. Kelima membahas penelitian yakni, interaksionalisme simbolik dan interaksi sosial tentang makna *sneakers* dalam komunitas *sneakerhead* di Surabaya.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini membahas masalah terkait dengan makna pengguna *sneakers Vans* di komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta. Posisi peneliti yang dilakukan bersifat melengkapi dengan objek penelitian yang berbeda. Subjek penelitian ini adalah para penggemar *sneakers Vans* baik yang mengikuti komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta maupun yang tidak mengikuti komunitas hanya pengguna *sneakers Vans* dan objeknya adalah *sneakers Vans*. Penelitian melengkapi dengan membahas makna dari pengguna *sneakers*, peran komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta, Tujuan berdirinya komunitas, kegiatan komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta, teori yang digunakan untuk menelaah masalah yaitu dengan teori konsumsi dari Jean Baudrillard. Peneliti menekankan pada bagaimana makna pengguna *sneakers* terhadap pengguna *sneakers* pada komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta.

#### **E. Landasan Teori**

. Konsumsi adalah mata rantai terakhir dalam rangkaian aktivitas ekonomi tempat ubahnya modal, dalam bentuk uang menjadi bentuk komoditas melalui proses produksi material.<sup>12</sup> Dalam masyarakat konsumsi modern kita

---

<sup>12</sup> Martyn J Lee, *budaya konsumen terlahir kembali*, (Yogyakarta : lembaga untuk kreasi penerbit masyarakat (LKPM) 2006), hlm 3

mengonsumsi bukan hanya barang, namun juga jasa manusia dan hubungan antar manusia

Bagi Baudrillard konsumsi bukan sekedar nafsu untuk membeli begitu banyak komoditas, satu fungsi kenikmatan, satu fungsi individual, pembebasan kebutuhan, memuaskan diri, kekayaan, atau konsumsi objek.

Konsumsi berada pada tatanan pemaknaan pada satu sistem atau kode, satu sistem komunikasi (seperti bahasa), satu generalisasi proses *fashion* secara kombinatorik, menciptakan isolasi dan mengindividual. <sup>13</sup>

Baudrillard mengatakan “konsumsi mencengkram seluruh kehidupan kita”. Yang dikomunikasikan adalah ide bahwa konsumsi telah meluas kepada semua kebudayaan; telah menyaksikan komodifikasi budaya. Ini mengarah kepada salah satu premis dasar posmodernis pengikis pemisah antara budaya rendah dengan budaya adiluhung.

Seni misalnya semakin tidak dapat dibedakan dari segala komoditas lain. Contohnya yang baik adalah produksi dan penjualan begitu banyak desain bernomor. Mereka dievaluasi secara relatif di dalam sistem objek yang sama, misalnya sebagai *Jeans Lavis* atau *Hamburger MC Donald's*. Seni, *jeans* dan burger mendapatkan makna dan nilai mereka dalam kaitannya satu sama lain sekaligus dengan seluruh sistem objek konsumen. <sup>14</sup>

Seni dan budaya secara umum terikat pada siklus *fashion*. Daripada menjadi bagian dari proses pertukaran simbolis, seni (seperti lainnya di dunia modern) hanya menjadi satu praktik kombinatorik dan absurd. <sup>15</sup>

Seni pop adalah satu jenis seni yang sesuai di dalam suatu masyarakat yang didominasi oleh logika tanda dan konsumsi. Sistem yang ada di seni pop

---

<sup>13</sup> Jean P Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, (Yogyakarta: lembaga untuk kreasi penerbit masyarakat (LKPM) 2009), hlm.xxxiv.

<sup>14</sup> *ibid*, hlm.xxxv

<sup>15</sup> *ibid*, hlm.xxxvi

menghasilkan objek seni yang hanya menjadi beberapa dari begitu banyak objek tanda di dalam ranah konsumsi. Sama sekali tidak mungkin melihat seni pop sebagai budaya adiluhung dan membedakannya dari budaya rendah. Memang salah satu subjek utamanya artis pop adalah budaya rendah sebagaimana direpresentasikan dalam karya Andy Warhol yang melukiskan kaleng sup Campbell dan Marilyn Monroe.<sup>16</sup>

Hedonisme konsumerisme modern, beginilah ia dinyatakan, dipahami sebagai pencarian bagi interdependensi kenikmatan dan makna melalui godaan pembaruan tanpa akhir yang disediakan oleh pasar.

Logika modernitas adalah bahwa *fashion* bukanlah eksploitasi irasional melainkan merupakan suatu pencairan eksistensial berbeda budaya sekular secara mendalam. Kemudian bahwa konsumerisme telah menjadi pusat dari perkembangan sosial dan modernitas.

Maka jelaslah bahwa budaya konsumen merupakan inovasi yang lebih mutakhir. Kekuatan gagasan mengenai budaya konsumen tergantung pada kemungkinan pemasaran masa seiring dengan periklanan masa<sup>17</sup>

Baudrillard berpendapat bahwa yang dikonsumsi oleh masyarakat konsumeris bukanlah kegunaan dari suatu produk melainkan citra atau pesan yang disampaikan dari suatu produk.

Sebagai contoh apabila konsumen membeli mobil BMW, ia membeli produk tersebut hanya karena kegunaan mobil tersebut bukan hanya sarana transportasi, akan tetapi mobil BMW tersebut juga menawarkan citra tertentu kepada konsumen yaitu kemewahan dan status sosial yang tinggi. Fenomena semacam ini, dengan mudah kita temukan dalam pusat-pusat pembelian.

---

<sup>16</sup> *ibid*, hlm xxxvi

<sup>17</sup> David Chaeny, *Lifestyle* (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), hlm 57

Sebagian besar pengunjung berpakaian dan mengenakan aksesoris yang sesuai dengan *fashion* dan *mode* yang sedang berlaku saat ini.<sup>18</sup>

Fenomena masyarakat konsumerisme ini terjadi karena adanya perubahan mendasar berkaitan dengan cara-cara mengekspresikan diri dalam gaya hidup. Gaya hidup berpengaruh kepada cara-cara pola dalam menginventasikan aspek-aspek tertentu kehidupan sehari-hari dengan nilai sosial atau simbolik; tapi ini juga berarti gaya hidup cara bermain dengan identitas.<sup>19</sup> Gaya hidup juga bisa dihubungkan dengan kelas sosial ekonomi. Gaya hidup ini mencitrakan keberadaan seseorang dapat dilihat dari apa-apa yang dikonsumsinya, baik konsumsi barang atau jasa. Misalnya berbagai macam merek pakaian; semua itu hanya sebenarnya hanyalah simbol dari status sosial tertentu. Sebagai contoh dapat kita temukan pada gaya berpakaian masyarakat sekarang ini. Pada dasarnya fungsi pakaian yang utama adalah menutupi dan melindungi tubuh. Namun seperti halnya pakaian tidak lagi sebagai kebutuhan dasar manusia, tetapi juga sebagai mode suatu *fashion*, yang membawa pesan dan gaya hidup suatu komunitas yang menjadi bagian dari kehidupan sosial.

*Fashion* juga mengekspresikan atau menandakan suatu identitas tertentu, yang dengannya seseorang menempatkan diri mereka terpisah dari orang lain, yang selanjutnya berkembang menjadi identitas suatu kelompok tertentu. Alasan

---

<sup>18</sup> Mutia Hastiti Pawanti, "Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baurdillard", Program Studi Sastra Prancis, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.

<sup>19</sup> Mutia Hastiti Pawanti, "Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baurdillard", Program Studi Sastra Prancis, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.

seseorang dalam menentukan gaya berpakaian dapat dipengaruhi oleh iklan, pakaian tersebut bermerk, sedang *trend* dan dipakai oleh selebriti.<sup>20</sup>

Komunitas anak muda pengguna *sneakers Vans* telah membentuk suatu komunitas yang bernama *Vans Off The Wall* Yogyakarta yang disingkat menjadi (OTWYK). Komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta (OTWYK) ini telah berkembang diantara kegiatannya yaitu mengedukasi pengguna *Vans* yang membedakan *sneakers* palsu dan *orginial*. Kedua melakukan kegiatan *gathering* didalam *gathering* ada pelelangan *sneakers second*. Tidak terlepas pada itu semua komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta (OTWYK) tersebut telah mengkonsumsi barang konsumeris bukanlah kegunaan dari suatu produk melainkan citra atau pesan yang disampaikan dari suatu produk yang bermerk *Vans*. Suatu *fashion* juga mengekspresikan atau menandakan suatu identitas tertentu, yang dengannya seseorang menempatkan diri mereka terpisah dari orang lain, yang selanjutnya berkembang menjadi identitas suatu kelompok tertentu. Alasan seseorang dalam menentukan gaya berpakaian dapat dipengaruhi oleh iklan, pakaian tersebut bermerk, sedang *trend* dan dipakai oleh selebriti. Oleh sebab itu dari teori konsumsi Jeans Baurdillard tersebut akan menelaah tentang makna *sneakers Vans* terhadap pengguna *sneakers Vans* di komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta (OTWYK).

---

<sup>20</sup>*ibid*

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan pendekatan penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk menjelaskan *sneakers Vans* terhadap pengguna *sneakers Vans Off The Wall* Yogyakarta (OTWYK) adalah metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang mengeksplorasi dan memahami individu atau kelompok dianggap berasal dari masalah sosial<sup>21</sup>.

Penelitian ini menggunakan diskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggali data secara mendalam.<sup>22</sup> Penelitian dilakukan juga untuk mempelajari secara intensif mengenai unit sosial tertentu, meliputi individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat.<sup>23</sup> Penelitian mendeskripsikan mengenai makna *Sneakers Vans* terhadap pengguna *Sneakers Vans Off The Wall* Yogyakarta (OTWYK). Penelitian ini mendeskripsikan fenomena yang ada di lapangan dengan memperhatikan semua peristiwa yang terjadi dan berusaha menangkap kesadaran dari subjek penelitian yang dari pengelolaan .

### 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada komunitas *sneakers* di Kota Yogyakarta bernama komunitas *sneakers Vans Off The Wall* Yogyakarta. Lokasi penelitian berhubung komunitas ini belum ada sekretariat komunitas ini sering berpindah pindah tetapi mereka ini berkumpul di *Living Space* jalan Demangan Baru

---

<sup>21</sup> John W. Creswell, *Research Desain: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2010), hlm.263.

<sup>22</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif* (depok : PT Rajagrafindo Persada, 2014, hal 115

<sup>23</sup> Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan* (Jakarta: PT Bumi Aksara,2009) hal 47

No.1, Demangan Baru, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. yang kedua komunitas ini berkumpul pada saat ada *event sneakers*. Peneliti bertemu komunitas *Sneakers Vans Off The Wall* Yogyakarta pada event *sneakers* yang bertempat di Jogja Expo Center jalan Janti, Wonocatur, Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta yang bernama *The Jakarta Sneakers Day*. Yang kedua peneliti bertemu di event *sneakers* yang bertempat di Lippo Plaza jalan Laksda Adisucipto No.32-34, Demangan Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta yang bernama *SneakersHub*.

### 3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna *sneakers Vans* baik yang mengikuti komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta dan yang tidak mengikuti komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta. Subjek penelitian dari anggota komunitas *Vans Off The Wall* berjumlah 4 diantaranya adalah Muhammad Izat, Huda, Sahril dan Wira yang tidak mengikuti komunitas berjumlah 5 diantaranya adalah Aldo, Trisna Putri, Adli, Rahmat dan Anita Arisma total subjek penelitian ada 9 subjek. Objek penelitian ini adalah *sneakers Vans* yang ditunjukkan oleh para pengguna *sneakers Vans*

### 4. Metode pengumpulan data

#### a. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan pengamatan secara langsung melalui panca indra di lokasi penelitian yang akan dilakukan, tujuan dari adanya observasi



adalah untuk mengetahui secara umum fenomena apa yang sebenarnya terjadi dilapangan yang nantinya akan menjadi fokus penelitian.<sup>24</sup> Pada penelitian ini, menggunakan model observasi atau pengamatan langsung yang dimana peneliti ikut serta dalam mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu ditempat penelitian. Pada pengamatan langsung peneliti melakukan observasi dengan cara terstruktur maupun semistruktur (dengan mengajukan beberapa pertanyaan sesuai dengan informasi apa yang diperlukan oleh peneliti) dalam aktivitas penelitian.<sup>25</sup> Observasi pada penelitian ini di lakukan di Kota Yogyakarta sebagai lokasi tempat komunitas berada. Kemudian observasi juga dilakukan pada saat *event sneakers* tempat berkumpulnya para pengguna *sneakers* dan komunitas berkumpul. Kualitas berkumpulnya yang paling efektif adalah pada saat *event sneakers*, kegiatan anggota komunitas, penataan *stand* komunitas, kegiatann komunitas dalam suatu *event*.

**Tabel 1.3**  
**Tahap Observasi**

No.	Waktu	Keterangan
1	Observasi 3 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berkunjung ke <i>event sneakers</i> di Jogja Expo Center (JEC)</li> <li>- Di <i>event sneakers</i> yang bernama <i>The Jakarta sneakers day</i> terdapat stand komunitas <i>Vans Off The Wall</i> Yogyakarta</li> <li>- Terdapat kegiatan yang berlangsung di <i>event</i> antara lain jual beli <i>sneakers</i>, acara <i>talkshow</i> mengenai <i>sneakers</i></li> </ul>

<sup>24</sup> Ach Fatchan, *Metode penelitian kualitatif* (Yogyakarta : Penerbit Ombak, 2015) hal 104

<sup>25</sup> John W. Creswell, *Research Desain: pendekatan Kualitatif, Kuantitaif dan Mixed*, ( Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2010), hlm.267.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terdapat ada stand komunitas <i>sneakers</i> antara lain <i>sneakers Vans</i> dengan nama <i>Vans Off The Wall</i> Yogyakarta, kemudian <i>sneakes macbeth</i> dengan nama komunitas <i>Griffonsarmyyk</i> walaupun dua komunitas itu berbeda merek sepatu tetapi silaturahmi dua komunitas itu terjalin baik</li> <li>- Sembari berkunjung ke komunitas <i>sneakers</i> peneliti juga mengamati pengunjung pada saat <i>event sneakers</i> tentang <i>fashion</i> yang berkunjung disitu.</li> </ul>
2	Obsevasi 4 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hari kedua berkunjung ke <i>event The Jakarta Day</i> lebih terfokus mengamati kegiatan komunitas OTWYK di <i>event The Jakarta Sneakers Day</i> kegiatannya antara lain titip jual <i>sneakers</i>, berbagai ilmu <i>sneakers</i> yang datang ke stand OTWYK dan membuka anggota baru bagi yang gabung komunitas, kemudian juga peneliti menggali data mengenai komunitas <i>Vans Off The Wall</i> Yogyakarta</li> <li>- Setelah berkunjung ke stand komunitas OTWYK peneliti juga mengamati pengunjung di hari kedua ternyata antusias di acara <i>sneakers</i> bukan hanya kalangan anak muda tetapi ada juga di kalangan orang-orang yang lebih tua dan <i>fashion</i> pengunjung yang datang di <i>event</i> itu bisa tergolong <i>hpye</i> mengingat yang di pakai <i>brand outfitnya</i> tergolong <i>hpye</i></li> </ul>
3	Observasi 30 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Setelah berkunjung ke <i>event The Jakarta Sneakers Day</i> ternyata ada acara <i>sneakers</i> lagi yang bertempat di Lippo plaza yang bernama <i>sneakershub</i> acara ini bisa dibilang mirip sama <i>event The Jakarta Sneakers Day</i> tetapi ini lebih ramai</li> </ul>

		<p>dan lebih banyak lagi stand yang menjual belikan <i>sneakers</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengamati kegiatan komunitas OTWYK ini hampir sama dengan acara <i>The Jakarta Sneakes Day</i> namun yang membedakan tidak membuka anggota baru di dalam <i>event snakershub</i></li> <li>- Sembari peneliti terlibat ke dalam komunitas OTWYK sambil berbicara santai peneliti juga mewawancarai anggota komunitas OTWYK</li> <li>- Dalam <i>event sneakershub</i> terdapat berbagai macam komunitas bedanya kalau yang di acara <i>sneakers</i> ini terdapat komunitas <i>Convers</i> yang bernama CI yang berkepanjangan <i>Convers Indonesia</i> peneliti juga Mengamati perbedaan komunitas <i>sneakers</i> tersebut.</li> </ul>
4	Observasi 1 april 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Datang di hari kedua yaitu mengamati <i>fashion</i> yang ada di <i>event sneakershub</i> rata-rata yang berkunjung di sana <i>fashion outfit</i> sama tergolong <i>hpye</i> atau hedon</li> <li>- Berkunjung ke stand komunitas OTWYK sambil mengali data</li> <li>- Berbincang-bincang dengan dengan anggota komunitas <i>Vans Off The Wall</i> Yogyakarta</li> </ul>
5	Observasi 2 april 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Datang di hari ketiga <i>event sneakershub</i> antusias pengunjung di hari ketiga ini semakin ramai.</li> <li>- Peneliti juga Mengamati <i>talkshow</i> tentang <i>sneakers</i> dan kebetulan yang pengisinya yaitu pengurus lama komunitas <i>Vans Off The Wall</i> Yogyakarta jadi sembari menderngarkan juga menggali data</li> <li>- Mencari narasumber mengenai sejarah komunitas kebetulan dia yang punya stand <i>basic and clean Vans Off The Wall</i> Yogyakarta</li> </ul>

		peneliti mendapatkan informasi dari anggota komunitas <i>Vans Off The Wall</i> Yogyakarta
--	--	---

Sumber: data olah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa, hasil observasi yang telah dilakukan adalah para pengguna *sneakers Vans* akan banyak ditemui pada saat *event sneakers*. Pada *event sneakers* yang digelar yang pertama di Jogja Ekspo Center atau biasa yang dikenal di Jec yang diselenggarakan pada tanggal 3 sampai 5 Februari 2018. Pada *Event sneakers* hari 3 Februari 2018 peneliti melakukan observasi pertamanya disini peneliti melihat acara *event sneakers*. Peneliti melihat ada yang berjualan *sneakers* berbagai macam merk mulai dari *Vans, New Ballance, Convers* dan *Air Jordan*. *Event snekaers* itu bernama *The Jakarta Sneakers Day event* itu cabang dari tahunan yang *sneakers* yang ada di Jakarta.

Peneliti mengamati pada *event sneakers* selain menjual berbagai macam *sneakers*, ada juga *rundown* kegiatannya antara lain kegiatan *Tolkshow* dan ada komunitas *sneakers* berkumpul di *event The Jakarta Sneakers Day*. Setelah peneliti mengamati kegiatan yang berlangsung di acara *The Jakarta Sneakers Day* kemudian peneliti mengunjungi stand komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta. Pertama kalinya mengunjungi ke Komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta peneliti langsung di sambut ramah oleh anggota komunitas. Keramahan langsung melebur padahal baru pertama kali peneliti mendatangi stand komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta serasa sudah lama mengenal. Peneliti juga melihat bahwa rasa solidaritas para anggota komunitas *Vans Off*

*The Wall* Yogyakarta sangat tinggi dan terlihat para anggota komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta cara memperlakukan orang baru dengan baik.

### Gambar observasi 2.1

#### Stand Komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta



Sumber: Dokumentasi observasi oleh peneliti, 3 Februari 2018

Selain itu juga komunitas menyediakan jasa titip penjualan *Vans* Original. Dari jasa penitipan itu dananya di gunakan untuk pengadaan dana komunitas. Jadi komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta dalam hal mencari pengadaan dana melalui jasa penitipan *sneakers*. Habis dari *stand* komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta kemudian peneliti mengamati pengunjung yang datang ke *event* tersebut. Peneliti melihat bahwa penggembar *sneakers* itu bukan dari kalangan muda saja ada yang dari kalangan orang tua tapi masih kebanyakan anak muda.

## Gambar observasi 2.2

### *Talkshow*



Sumber : Dokumentasi observasi peneliti, 3 Februari 2018

Peneliti juga mengamati *talkshow* yang berlangsung di mana *talkshow* tersebut sedang membicarakan tentang komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta yang menjadi pembicara adalah orang pertama kali yang mendirikan komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta yang bernama Wira selain sebagai pendiri Komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta wira adalah seorang pelaku pengolektor sepatu *Vans*. Jadi orang yang sudah lama mengetahui mengenai *sneakers Vans* dan asal usulnya.

*Event sneakers* yang kedua bertempat di *Lippo Plaza* yang bernama *SneakersHub* yang di selenggarakan pada tanggal 30 Maret sampai dengan 2

April 2018. Event itu7 hampir sama yang ada di Jogja Ekspo Center. Peneliti mendapatkan data tentang pengguna *sneakers Vans*, mencari data komunitas berupa sejarah dan profil komunitas *Vans Off The Wall Yogyakarta*.

### **Gambar Observasi 2.3**

#### **Suasana Event Sneakerhub**



Sumber : dokumentasi observasi penelitian, 30 maret 2018

Suasana acara yang di acara *SneakersHub* ini lebih antusiasnya lebih ramai daripada di acara *The Jakarta Sneakers Day* kemungkinan karena pemilihan tempat di mall Lippo Plaza jadi menarik pengunjung untuk mengunjungi acara *event sneakers*. Acara yang di selenggarakan *Sneakers Hub* ini hampir sama dengan acara *The Jakarta Sneakers Day* ada penjualan *sneakers*, *talkshow* dan *giveaway sneakers* kemudian peneliti mengunjungi stand komunitas *Vans Off The Wall Yogyakarta* sembari berbincang-bincang dan mengambil data informan wawancara. Setelah berbincang-bincang lama peneliti juga di sarankan untuk dari pihak komunitas *Vans*

*Off The Wall* Yogyakarta disarankan untuk mendapatkan info yang mendalam lagi ke Wira. Wira adalah seorang pendiri komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta kemudian peneliti mengikuti saran tersebut kebetulan Wira ada di stand *Basic and Clean* ternyata lagi Wira adalah seorang *owner* perawatan dan pencucian sepatu setelah itu peneliti bertemu dengan Wira. Pertama kali bertemu Wira peneliti sedikit gugup karena terlihat dari *outfit* yang digunakan Wira bisa dibilang mewah (*hypebest*), setelah itu peneliti memberanikan untuk wawancara ternyata orangnya sangat ramah. Jadi tidak semua *hypebest* itu sombong dan anti sosial.

#### b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dalam memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab dan bertatap muka (*face to face*) antara orang yang mewancarai dan diwawancarai<sup>26</sup>. Wawancara juga merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan suatu makna dalam suatu topik tertentu.<sup>27</sup> Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur, yaitu wawancara yang daftar pertanyaannya telah disusun secara sistematis namun pertanyaan dapat berubah-ubah sesuai dengan jawaban atau informasi yang diberikan oleh narasumber kepada peneliti. Teknik ini dipilih dengan pertimbangan ingin memperoleh informasi yang sebanyak-

---

<sup>26</sup> John W. Creswell, *Research Desain: pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2010), hlm.267.

<sup>27</sup> Andi Prastowo Metode Penelitian Kualitatif (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014). Hlm.212.



banyaknya karena keuntungan dari teknik ini adalah mencari data dan informasi yang lebih bervariasi dan akurat.

Wawancara telah dilakukan dengan pihak-pihak yang terkait dengan isu penelitian yaitu anggota-anggota komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta, pengurus komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta, anggota komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta, orang yang memakai *sneakers Vans*. Wawancara yang telah dilakukan memiliki tingkat kesulitan masing-masing bagi peneliti. Dalam menggali data dengan anggota kelompok harus membaur dengan baik sehingga peneliti harus membangun komunikasi yang baik dan melalui komunikasi yang santai yang membahas tentang kehidupan pribadi terlebih dahulu sebelum ke topik penelitian berikut wawancara yang dilaksanakan peneliti.



**Tabel 1.4**  
**Pelaksanaan Wawancara**

No	Waktu	Nama	Keterangan
1	22 Januari 2018	- Muhammad Izat	- Anggota komunitas <i>Vans Off The Wall</i> Yogyakarta
2	30 Maret 2018	- Huda	- Anggota komunitas <i>Vans Off The Wall</i> Yogyakarta
3	1 April 2018	- Sahril	- Anggota komunitas <i>Vans Off The Wall</i> Yogyakarta
4	1 April 2018	- Wira	- Anggota komunitas <i>Vans Off The Wall</i> Yogyakarta
5	2 April 2018	- Aldo	- Anggota komunitas <i>Vans Off The Wall</i> Yogyakarta
6	13 April 2018	- Trisna Putri	- Pengguna <i>sneakers Vans Off The Wall</i> Yogyakarta
7	10 September 2018	- Adli	- Pengguna <i>sneakers Vans Off The Wall</i> Yogyakarta
8	15 September 2018	- Rahmat	- Pengguna <i>sneakers Vans Off The Wall</i> Yogyakarta
9	18 September 2018	- Anita arisma	- Pengguna <i>sneakers Vans Off The Wall</i> Yogyakarta

Sumber : data olah peneliti 2018

Wawancara yang telah dilakukan pada tanggal 22 Januari sampai dengan 18 September 2018 dengan jumlah 9 informan menggunakan wawancara semi struktur. Dalam Wawancara semi struktur peneliti diberi kebebasan dalam bertanya dan memiliki kebebasan dalam mengatur alur dan setting wawancara. Penelitian hanya mengandalkan *Guideline* wawancara sebagai pedoman penggalan data. Hal ini dilakukan untuk memberikan kenyamanan pada narasumber atau informan ketika sedang diminta jawaban atas pertanyaan yang diberikan.<sup>28</sup> Dengan menggunakan wawancara semi struktur peneliti mendapatkan data yang lebih banyak .

c. .Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data dengan cara mengumpulkan berbagai informasi pendukung bersumber dari file-file, catatan harian, biografi, surat, simbol, dll<sup>29</sup>. Dalam penelitian ini peneliti mengambil dokumentasi dalam bentuk foto pada tanggal 3 Februari 2018 pada saat event *The Jakarta Sneakers Day*, kemudian pada saat event pada tanggal 30 Maret 2018 *SneakersHub* yang di selenggarakan di Lippo Plaza Jogja, kegiatan komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta pada saat event berlangsung beserta mengambil data tambahan yang bersumber dari *Official Instragam* yang bernama OTWYK.

---

<sup>28</sup> HarisHerdianysah, "Wawancara, Observasi Dan Focus Grups (Sebagai Instrument Penggalan Data Kualitatif)". (JakartaPt Raja Grafindo Persada,2013),Hal66.

<sup>29</sup> Aunu Rofiq Djaelani. Teknik Pengumpulan Data Daloam Bnetuk Kualitatif. Dalam Jurnal Majalah Ilmiah Pawiyatan, Vol:XX, No: 1 Maret 2013.Hlm 88

#### 4. Sumber Data

##### a. Data Primer

Data primer diperoleh dengan cara menghimpun langsung dari informan. Setelah data terkumpul, di olah dan di pilah yang relevan untuk dicantumkan dalam hasil penelitian. Data primer dapat berbentuk opini individu ataupun kelompok, hasil observasi terhadap kejadian, kegiatan dan pengamatan secara langsung di lapangan. Peneliti mendapatkan data primer dari observasi pada saat event yang berlangsung di Jogja Ekspo Center yang bernama *The Jakarta Sneakers Day* dan di Lippo Plaza yang bernama event *SneakersHub*.

##### b. Data Sekunder

Data yang diperoleh bukan dari sumber pertama namun melalui perantara. Data sekunder dalam penelitian ini dalam bentuk gambar, catatan atau pun laporan data yang di dokumentasikan seperti foto kegiatan Komunitas *Vans Off The Wall Yogyakarta*, rekaman saat wawancara narasumber, foto kondisi Komunitas *Vans Off The Wall Yogyakarta* dan lainnya.

#### 5. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan yang menyangkut validitas hasil penelitian, kualifikasi intelektualitas dan kompetensi peneliti<sup>30</sup>. Analisis data akan dilakukan dengan menggunakan sumber-sumber observasi, wawancara

---

<sup>30</sup> Hadi Sabari Yunus, *Metodologi penelitian Wilayah Kontemporer* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010), hal 240.

dan dokumentasi<sup>31</sup>. Tahap analisis data terdiri dari tiga komponen penting, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan<sup>32</sup>.

a. Reduksi data

Peneliti memilah-milah serta mengelompokkan data yang telah didapatkan dari hasil wawancara serta observasi lapangan. Beberapa data yang tidak penting kemudian dipisahkan, sedangkan data-data yang penting akan peneliti tinjau kembali untuk diolah serta dianalisis dengan teori yang telah peneliti tetapkan<sup>33</sup>. Proses reduksi data dimulai dari transkrip hasil wawancara data penelitian, beberapa data yang dianggap tidak berkaitan dengan topik penelitian seperti cerita-cerita terkait hubungan informan dipisahkan dan tidak dimasukkan kedalam penelitian. dari lapangan peneliti menyeleksi data yang yang didapat yaitu hasil wawancara yang dilakukan oleh beberapa pihak diantaranya pengurus, anggota komunitas *Vans Off The Wall* serta para pengguna *sneakers* yang tidak mengikuti komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta sebagai perbandingan yang mengikuti komunitas dan tidak mengikuti komunitas.

b. Menyajikan data

Penyajian data merupakan tahapan dimana informasi dikumpulkan kemudian informasi disusun untuk memungkinkan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini ini dilakukan untuk memudahkan dalam rangka

---

<sup>31</sup> Djunaidi Ghory, Fuzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta : Ar-uzz Media 2014) hal 245.

<sup>32</sup> Soeprapto, *Metodologi penelitian kualitatif* (Jakarta : Universitas Terbuka,2011) hal 7.3-7.

<sup>33</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta,2011), hlm 247

menentukan, menyimpulkan dan menginterpretasikan data.<sup>34</sup> Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menampilkan data hasil observasi dan wawancara secara naratif. Peneliti juga menampilkan kutipan wawancara dari beberapa informan guna mendukung hasil penelitian.

c.. Menarik kesimpulan

Tahapan terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan didapat dari pertanyaan terkait tema yang di kaji dan tujuan penelitian. Pada proses penelitian yang dilakukan ini, peneliti mengumpulkan data dari hasil wawancara dengan informan yang dikombinasikan dengan hasil penelitian. Hasil penelitian ini adalah adanya bentuk-bentuk pemaknaan *sneakers Vans* serta peran komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta pada anggota komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta.

## H. Sistematika Pembahasan

Peneliti melakukan sistematika pembahasan dengan tujuan mempermudah dalam memahami penulisan ini, sistematika pembahasan yang ada adalah sebagai berikut :

### Bab. I PENDAHULUAN

Bab pertama, adalah pendahuluan yang didalamnya berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori dan metode penelitian yang digunakan. Bab pertama

---

<sup>34</sup>John W. Cresswell, *Reserch Design: Pendekatan Kulitatif, kuantitatif dan Mixed*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hal 274

ini menjelaskan gambaran umum komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta .

## **Bab. II** SEJARAH SNEAKERS VANS, SEJARAH KOMUNITAS VANS OFF THE WALL YOGYAKARTA DAN PROFIL KOMUNITAS

Bab kedua dijelaskan mengenai mengenai pertama sejarah *sneakers Vans*. Selanjutnya mengenai sejarah berdirinya komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta dan profil dari pada komunitas *Vans Off The Wall* beserta kegiatan-kegiatannya.

## **Bab. III** BENTUK PEMAKNAAN PENGUNA SNEAKERS VANS DALAM KOMUNITAS VANS OFF THE WALL YOGYAKARTA

Pada bab tiga akan menjelaskan apa saja yang telah diperoleh selama observasi dan wawancara lapangan.

## **Bab.IV** KONSUMSI ANGGOTA KOMUNITAS *SNEAKERS* VANS OFF THE WALL YOGYAKARTA

Bab keempat menjelaskan mengenai bagaimana konsumsi yang dilakukan oleh anggota komunitas dan pengguna *sneakers Vans* dengan menggunakan teori konsumsi.

## **Bab.V** PENUTUP

Berisi kesimpulan penelitian dan rekomendasi yang akan diberikan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan adanya proses

kegiatan yang dilakukan oleh komunitas *Vans Off The Wall*  
Yogyakarta (OTWYK).





## BAB V

### PENUTUP

Bab V merupakan bagian penutup sekaligus berisi kesimpulan dan rekomendasi. Penelitian yang sudah dilakukan dan dianalisis dengan teori yang sudah diterapkan sebelumnya dapat menghasilkan kesimpulan. Dalam kesimpulan ini menjawab bagaimana makna pengguna *sneakers Vans* terhadap pengguna *sneakers Vans* komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta. Rekomendasi juga diberikan untuk berbagai pihak yang terlebih dalam penelitian yang dilakukan. Hal ini dilakukan untuk memberikan penyelesaian masalah setelah penelitian.

#### A. Kesimpulan

Dari kesimpulan yang penelitian dapatkan berdasarkan data yang sudah dianalisis menggunakan teori yang sudah ditetapkan oleh peneliti bahwa

Baudrillard berpendapat bahwa yang dikonsumsi oleh masyarakat konsumeris bukanlah kegunaan dari suatu produk melainkan citra atau pesan yang disampaikan dari suatu produk.

Hedonisme, konsumerisme modern, dipahami sebagai pencarian bagi kenikmatan dan makna pembaruan yang disediakan oleh pasar. Tidak serta merta bahwa hedonisme bersifat negatif tetapi ada nilai-nilai positif yang terdandung dalam hedonisme tersebut di jelaskan bahwa pemaknaan pengguna *sneakers Vans* di Komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta meliputi para pengguna *Sneakers Vans* ini bukan sekedar mengkonsumsi *sneakers* yang berfungsi sebagai alas kaki namun juga ada menambah citra menambah citra menarik, nyaman dan golongan atas. Meskipun dianggap sebagai citra hedonitas tetap ada nilai-nilai positif ketika ada semangat berkumpul memberikan tenaga positif antar sesama pengguna

*sneakers Vans*, kemudian ada pengorbanan atau perjuangan dalam memiliki *sneakers Vans* serta rasa silaturahmi yang kuat di dalam komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta yang berangkat dari *sneakers Vans* .

Ada pun para pengguna *sneakers Vans* ini rela membeli barang *sneakers Vans* yang mengorbankan uangnya yang tidak sedikit untuk memperoleh *sneakers Vans*. Ada yang rela menabung hingga setahun demi untuk mendapatkan *sneakers Vans*. Kemudian ada yang rela mencari barang *sneakers* sampai ke luar negeri yaitu Jepang dan Brunai demi untuk mendapatkan *sneakers* yang diinginkan.

Setelah kegelisahan atas pengguna *sneakers Vans* yang belum ada wadah untuk menyalurkan kegemaran kegiatan yang serupa maka dibentuklah komunitas *sneakers Vans* di Yogyakarta yang bernama *Vans Off The Wall* Yogyakarta. Nama *Vans* diambil dari simbol mereka penggemar *sneakers Vans* kemudian *Off The Wall* diambil jargonnya *sneakers Vans Off The Wall* Yogyakarta dan Yogyakarta diambil dari lokasi komunitas berada yaitu di Yogyakarta. komunitas ini biasa disingkat dengan OTWYK ( *Off The Wall* Yogyakarta). Perbedaan ini sama komunitas *sneakers Vans* yang lain lebih menekankan ke silaturahmi dibanding dengan gayanya atau *fashionnya*. Dengan silaturahmi dapat memberikan komunitas ini menjadi nyaman untuk para anggotanya.

Ada pun kegiatan dari komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta meliputi berbagai hal di antara dengan menguatkan silaturahmi dengan tidak membedakan antara anggota lama dan baru semua melebur sama. Untuk menguatkan tali

silaturahmi selanjutnya dengan membuat acara yaitu dengan nama Bubar yaitu kegiatan buka bersama antar anggota di bulan Ramadhan. Komunitas juga mewadahi mereka dengan melakukan event *skateboard*. Event ini diperuntukan untuk mereka yang hobi di olahraga *skateboard*. Untuk menjadikan lebih solid lagi komunitas juga melakukan *gathering*. Di dalam acara *gathering* juga menampilkan bazar sepatu dan melakukan game kuis seputar *sneakers*.

Selain dari macam kegiatan komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta, tak lupa bahwa hadirnya sebuah komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta juga bertujuan untuk megedukasi mereka yang belum paham menjadi paham mengenai *sneakers*. Megeduksi disini untuk memahami bagi para *sneakers Vans* agar tidak cuma memakai *sneakers* saja namun mengetahui dari apa yang di pakai dari segi bahan dan sejarahnya *sneakers* itu. Di samping memahami yang digunakan juga mengeduksi tentang perbedaan *sneakers Vans* yang Original dan palsu. Supaya mereka tidak tertipu dalam memberli *sneakers Vans*.

Respon dari para pengguna *sneakers Vans* yang tidak tergabung dalam komunitas menganggap bahwa komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta memang digolongkan untuk golongan atas karena mereka di komunitasnya kalau mau bergabung harus memakai sepatu original dan tidak boleh memakai yang palsu. Namun di sini permasalahannya ada para pengguna *sneakers Vans* yang kurang paham mengenai ke keoriginalan *sneakers Vans* jadi mereka asal membeli saja tidak mengetahui originalnya. Harusnya hadirnya komunitas bertujuan untuk memahamkan mereka yang belum mengetahui *sneakers Vans* untuk mengetahui yang mana original maupun palsu bukan langsung tidak membolehkan mereka

yang memakai *sneakers* palsu langsung tidak boleh ikut komunitas. Komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta belum banyak yang mengetahui kegiatan komunitas cenderung tertutup ke publik atau kurangnya sosialisasi komunitas sehingga yang belum ikut komunitas masih kebingungan untuk bergabung ke komunitas. Ada yang menganggap bahwa mereka tidak mau ikut komunitas mempunyai pemikiran yang takut akan terbawa arus yang begaya ke arah *hype*.

## **B. Saran dan Rekomendasi**

Melalui hasil yang dilakukan maka peneliti memberikan beberapa rekomendasi. Rekomendasi ditunjukkan bagi kepentingan akademik dan organisasi yang diteliti sebagai berikut :

1. Secara Sosiologis, peneliti berharap agar peneliti ini dapat menambah khasanah keilmuan Sosiologi dalam kajian konsumsi Jean Baudrillard.
2. Peneliti berharap dari penelitian ini dapat menjadi referensi baru terkait pembahasan tentang komunitas *Sneakers* yang ada di kota Yogyakarta.
3. Komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta di samping dalam hal penerimaan anggota baru selain memakai *sneakers Vans* original juga harusnya menerima mereka yang memakai sepatu palsu dengan memahamkan mereka yang masih memakai yang tidak original pindah memakai yang original karena hadirnya komunitas itu supaya bisa mengedukasi mereka yang belum mengetahui menjadi tahu akan *sneakers*.

4. Sosialisasi ke umum perlu dilakukan agar citra buruk komunitas yang menggapkan ajang hedonitas supaya citranya tidak semakin buruk dan *follow up* anggota lama ke anggota baru masih perlu diperhatikan karena dibuktikan dengan meredupnya komunitas *Vans Off The Wall* sekarang di banding tahun-tahun yang dahulu.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Ach Fatchan, *Metode penelitian kualitatif* (Yogyakarta : Penerbit Ombak, 2015)

Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif* (depok : PT Rajagrafindo Persada, 2014,

Andi Prastowo *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014).

David Chaeny, *Lifestyle* (Yogyakarta: jalsutra, 2011)

Djunaidi Ghory, Fuzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* ( Yogyakarta : Ar-uzz Media 2014)

Hadi Sabari Yunus, *Metodologi penelitian Wilayah Kontemporer* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010)

Herdianyah, Haris, "Wawancara, Observasi Dan Fokus Grups (Sebagai Instrument Penggali Data Kualitatif)", (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2013)

Jean P Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, ( Yogyakarta: lembaga untuk kreasi penerbit masyarakat (LKPM) 2009)

John W. Creswell, *Research Desain: Pendakatan Kualitatif, Kuantitaif dan Mixed*, ( Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2010)

Masri Singaribun dan Sofyan Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES)

Naqvi, Syed Nawab haidar, *Etika dan Ilmu Ekonomi, Suatu Sintesis Islam* (Bandung Mirzan, 1985).

Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009)

Soeprapto, *Metodologi penelitian kualitatif* ( Jakarta : Universitas Terbuka,2011)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011)

Yusuf Qaradhawi. *Peran Nilai dan Moral Dalam Ekonomi Islam*. (Jakarta:Rabbani Press,1993).

#### **SKRPSI DAN JURNAL**

Ahmad Nurul Sultoni, "Fenomena Sneaker (Studi Interaksionalisme Simbolik Tentang makna Sneaker dalam komunitas Sneakerhead di Surabaya)", Profram Sudi Sosilogi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga.

Andrew Jonatan, "Pengaruh Lifestyle Amerika Melalui Internet Terhadap Perilaku Kaum Muda Indonesia". Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan Bandung.

Assael 1996 dalam skripsi Farkhan Adi Surya, "Perbedaan Tingkat Konformitas ditinjau dari gaya hidup pada remaja" Universitas Islam Indonesia

Aunu Rofiq Djaelani. Teknik Pengumpulan Data Daloam Bentuk Kualitatif. Dalam Jurnal Majalah Ilmiah Pawiyatan, Vol:XX, No: 1 Maret 2013.

Ayu Sri Purnama, *Pengaruh intentitas Mengakses Media Sosial Adidas dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sport Shoes di Kalangan Remaja Wanita*, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro.

Bimo Nurahman, "Fenomena lifestyle Komunitas Vaporizer Bandung", Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasudan Bandung

Dian Destanta “*Pengaruh Sesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Kesan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Fadhi Dzil Ikram, 132050103 (2017) “*Fenomena Fashion Sneakers Adidas Yezzy Boost di Kalangan Para Pecinta Sneakers di Kota Bandung ( Studi Fenomologi Mengenai Motif dibalik Pemiihan Sneakers Adidas Yezzy Boost sebagai Identitas)*”, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi.

Mutia Hastiti Pawanti, “Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baurdillard”, Peogram Studi Sastra Prancis, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.

Vania Tiara Andjani, Analisis Behavior Intention berdasarkan Sikap dan Norma Subjektif pada pelanggan sepatu Converse All Star Sneakers (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2012-2015),Program Studi Ilmu Adiminstrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

#### **INTERNET**

[www.kaskus.com](http://www.kaskus.com)

Maylatul Aspiya, Apa Alasan Cowok Pengoleksi Sepatu (KRjogja.com)

www. Megajurnal.com

www. MajalahMarketing.com

[www.Instagram.com](http://www.Instagram.com)



**AI-QURAN**

Al-Maidah Ayat 8

QS:17:27

QS: 7: 31



## A. Interview Guide

1. Apa makna komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta bagi para pengguna *sneakers Vans* ?
2. Apa makna pengguna *Sneakers Vans* di komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta bagi pengguna *sneakers*?
3. Bagaimana kontribusi komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta terhadap anggota *sneakers Vans* ?
4. Apa motivasi anda bergabung bergabung menjadi anggota di komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta ?
5. Bagaimana peran anggota dalam komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta ?
6. Bagaimana peran pengurus komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta terhadap anggota ?
7. Apa harapan anggota komunitas *Vans Off The Wall* Yogyakarta selanjutnya?
8. Adakah pengorbanan yang anda lakukan dalam hal memiliki *sneakers vans* ?
9. Setelah anda bergabung di dalam komunitas OTWYK apakah ada manfaat setelah bergabung di dalam komunitas?

## B. Curriculum vitae



Rahman Husada Putra

### Contact



089648875355



[putrahusada8@gmail.com](mailto:putrahusada8@gmail.com)



huadaputra

### BASIC SKILL

MS.OFFICE



CORELDRAW



PHOTOGRAFY



PHOTOSHOP



### PROFIL

Nama : Rahman Husada Putra  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Tempat, tanggal lahir : Bantul, 3 Agustus 1995  
Alamat : Gondosuli, Sriharjo, Imogiri, Bantul, Yogyakarta  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah

### PENDIDIKAN

2008-2011  
SMP N 2 IMOIRI

2011-2014  
SMA N 1 IMOIRI

2014-2019  
S1 SOSIOLOGI UIN SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

### EXPERIENCE

- PERGERAKAN MAHASISWA ISLAM INDONESIA (PMII)
- SATUAN DESAIN MAHASISWA (SADEWA)
- HIMPUNAN MAHASISWA PROGRAM STUDI SOSIOLOGI