Pembentukan Citra Diri Anggota OTWYK Melalui Penggunaan Sepatu Vans

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Oleh
FAIZ ARQHAN
17321147

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2021

Pembentukan Citra Diri Anggota OTWYK
Melalui Penggunaan Sepatu Vans

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Oleh
FAIZ ARQHAN
17321147

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2021

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

Pembentukan Citra Diri Anggota OTWYK

Melalui Penggunaan Sepatu Vans

Diajukan Oleh

Faiz Arqhan

17321147

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi

Tanggal : 23 Agustus 2021

Dosen Pembimbing Skripsi,

Ratna Permata Sari, S.I.Kom, MA

NIDN 0509118601

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Pembentukan Citra Diri Anggota OTWYK

Melalui Penggunaan Sepatu Vans

Disusun Oleh

FAIZ ARQHAN

17321147

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Dewan Penguji

1. Ketua : Ratna Permata Sari, S.I.Kom, MA
   NIDN 0509118601 (.....)
2. Anggota : Sumekar Tanjung, S.Sos.,M.A
   NIDN 0514078702 (.....)

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Faiz Arqhan

Nomor Mahasiswa : 17321147

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti pembuatan skripsi oleh orang lain, penjiplakan, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah asli saya selaku penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setujui dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 23 Juli 2021

Yang menyatakan,



(.....)

Faiz Arqhan

17321147

v

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya yang pernah dibuat oleh orang lain di dalam naskah ini, kecuali beberapa terbitan yang sudah tertulis dalam naskah ini di dalam referensi atau daftar pustaka. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima konsekuensi yang berlaku."

Yogyakarta, 29 Juni 2021

Penulis,



(Faiz Arqhan)

NIM : 17321147

vi

MOTTO

"Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan,
Sesungguhnya besera kesulitan itu ada kemudahan"

(Al-Insyirah : 5-6)

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada :

1. Ayah, Mama dan adikku tercinta
2. Para penekun pengetahuan di negeri ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahhirabbil'alamin, Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia'nya, Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, dan para tabi'in yang selalu berjuang di jalan Allah SWT untuk menegakan Islam hingga akhir zaman. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul "Pembentukan Citra Diri Anggota OTWYK Melalui Penggunaan Sepatu Vans".

Penulis mengakui bahwa selama mengerjakan proses penyusunan skripsi ini banyak pihak yang sudah terkait dan membantu baik berupa bimbingan, dukungan, doa, motivasi serta saran yang sangat dibutuhkan oleh penulis dimulai dari proses pembuatan ide, proses penyusunan hingga akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak terkait, antara lain :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran untuk menyelesaikan skripsi ini
2. Ayah, Mama dan Vianda yang tidak pernah berhenti dan selalu memberikan doa, motivasi agar selalu semangat dan tidak mudah menyerah
3. Arvannya P. Sagala yang telah banyak memberikan waktu untuk membantu, memberikan motivasi dan kesabaran selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Ratna Permata Sari, selaku dosen pembimbing yang sudah sabar dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan penyusanan skripsi.
5. Ibu Puji Hariyanti selaku ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia dan pembimbing akademik selama masa kuliah di Universitas Islam Indonesia
6. Teman-teman kuliah marut bois dan teman-teman dekat SMA yang selalu memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi
7. Serta seluruh pihak yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan hingga jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap untuk mendapatkan beberapa masukan demi membangun dan memperbaiki kualitas skripsi ini. Semoga

skripsi ini mampu bermanfaat untuk seluurh masyarakat yang berkaitan dan mampu menjadi penelitian terdahulu untuk penelitian selanjutnya. Terima kasih atas semua pihak yang terlibat, semoga Allah SWT senantiasa memberikan berkah untuk kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 23 Juli 2021



Faiz Arqhan

DAFTAR ISI

Halaman Judul…….i

Halaman Persetujuan……...…….iii

Halaman Pengesahan…….…...…..…iv

Halaman Pernyataan Etika Akademik……...…...…… v

Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme……vi

Halaman Motto dan Persembahan…….……...vii

Kata Pengantar……...…….....viii

Daftar Isi……..……..x

Daftar Gambar……...……..xiii

Abstrak……...……..……xv

Abstract……...……..xvi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang……...…….1
B. Rumusan Masalah……...4
C. Tujuan Penelitian……...…….4
D. Manfaat Penelitian……...……...4
E. Tinjauan Pustaka…….4

1) Penelitian Terdahulu……...……..4
2) Kerangka Teori……..6
    a. Fashion Studies…….……...…….6

b. Cultural Studies…….……....8
c. Citra Diri……...……....9
d. Virtual Community……12

F. Metode Penelitian……..15

1) Pendekatan dan Metode Penelitian……...……..15
2) Waktu dan Lokasi Penelitian ……...……..16
3) Informan Penelitian…….16
4) Pengumpulan Data……..……...…….16
5) Analisis Data……...……17

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A) OTWYK……..…...……...17
1) Kegiatan Rutin……...……...……....18
2) Kegiatan Sosial……...…….....22
3) Job Description……...……...22

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi Narasumber …….……...……...24
B. Temuan Data……...……...…...25

1) Ketertarikan Terhadap Sepatu Vans…….……...…25
2) Vans di mata Kalangan Pengguna……...……..….……....37
3) Pembentukan Citra Diri ……..……....42
4) Komunitas di mata anggota……..……...47

BAB IV…….……..……..……....57

BAB V…….……..……..…….....67

PENUTUP

A. Kesimpulan……...……67
B. Keterbatasan Penelitian……...……..……68
C. Saran……...……...68

DAFTAR PUSTAKA ……...……..69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1……...……...…….……...…17

Gambar 2.2……...…….……...……19

Gambar 2.3……...…….……...……...19

Gambar 2.4……...…….……...…...20

Gambar 2.5……...……..……..20

Gambar 2.6……...……..……..21

Gambar 2.7……...……21

Gambar 2.8……...……....21

Gambar 2.9 ……...…….……..22

Gambar 3.1……...…….……..…26

Gambar 3.2……...……..……..26

Gambar 3.3 ……...……..……..…27

Gambar 3.4……...……...……27

Gambar 3.5……...……...….28

Gambar 3.6……...…….……...…28

Gambar 3.7……...……...……...…31

Gambar 3.8……...……31

Gambar 3.9……...……...……...31

Gambar 3.10……...……...……...……32

Gambar 3.11……...…….……32

Gambar 3.12……...…….……32

Gambar 3.13……...…….……33

Gambar 3.14……...…….……38

Gambar 3.15……..…….39

Gambar 3.16……..…….43

Gambar 3.17……..…….48

Gambar 3.18……..…….49

Gambar 3.19……..…….49

Gambar 3.20……..…….50

Gambar 3.21……..…….52

Gambar 3.22……..…….52

Gambar 3.23……..…….53

Gambar 3.24……..…….54

ABSTRAK

Arqhan, Faiz. 17321147. *Pembentukan Citra Diri Anggota OTWYK Melalui Penggunaan Sepatu Vans.* Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia. 2021.

Komunitas OTWYK sangat berperan penting terhadap *brand image* Vans yang menimbulkan citra diri berbeda bagi pengguna sepatu Vans. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana citra diri anggota OTWYK dibentuk melalui penggunaan sepatu Vans. Peneliti tertarik untuk memilih judul ini adalah karena setiap anggota komunitas tentu memiliki fokus kepada Vans, termasuk selera *fashion*, pengetahuan mendalam tentang produk Vans serta memiliki koleksi koleksi yang khas dan beragam.

Penelitian ini menggunakan studi pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini termasuk penelitian purposive sampling yaitu peneliti menentukan pengambilan informan dengan menetapkan ciri-ciri tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian. Maka ciri-ciri yang peneliti tentukan adalah individu yang telah bergabung dengan komunitas OTWYK di platform facebook dengan minimal waktu bergabung 1 tahun dan memiliki sepatu Vans dengan jumlah minimal tiga pasang.

Ditemukan bahwa citra diri positif yang dipengaruhi oleh dua faktor yakni dari diri sendiri (intrinsik) seperti kepercayaan diri, banyak orang yang merasa akan lebih percaya diri secara maksimal jika menggunakan sepatu koleksi *rare,* memiliki koleksi dengan jumlah terbatas menimbulkan kebanggaan tersendiri jika memakainya karena terdapat pengorbanan, baik dari harga yang tidak masuk akal ataupun relasi untuk mendapatkan rilisan tersebut. Berlaku sebaliknya, banyak juga individu yang justru merasa lebih percaya diri jika menggunakan sepatu yang banyak dikenali orang dalam kata lain *mainstream*. Sedangkan faktor ekstrinsik yakni seperti lingkungan pertemanan. Relasi yang sering mengunggah momen ketika menggunakan Vans menjadi faktor tersendiri bagi beberapa individu. Hal ini yang membuat alasan inidividu untuk tetap bertahan dengan komitmen sendiri atau mencoba keluar dari zona nyaman.

Kata Kunci : Citra Diri, Vans, OTWYK, *Fashion, Virtual Community*

ABSTRACT

Arqhan, Faiz. 17321147. *Pembentukan Citra Diri Anggota OTWYK Melalui Penggunaan Sepatu Vans.* Undergraduate Thesis. Communication Studies Program. Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences. Universitas Islam Indonesia. 2021.

OTWYK are an important role in the Vans brand image which creates a variety of self-images created for Vans users. So that researchers are interested in conducting research on how the self-image of OTWYK members is formed through the use of Vans shoes. Researchers are interested in choosing this title because every member of the community certainly has a focus on Vans, including fashion tastes, in-depth knowledge of Vans products and has a unique and diverse collection.

This study uses a qualitative approach with a descriptive approach. This research is also included in purposive sampling research, where the researcher determines the intake of informants by determining certain characteristics that are in accordance with the research objectives so that they can answer research problems. So the characteristics that the researcher determined were individuals who had joined the OTWYK community on the Facebook platform with a minimum of 1 year of joining time and had Vans shoes with a minimum number of three pairs.

The results are positive self-image which is influenced by two factors, namely factors that come from oneself (intrinsic) such as self-confidence, many people feel they will be more confident if they use shoes with rare collections, because basically a collection of certain vans shoes that have a limited number creates a sense of pride when wearing them because there is an effort to get them, include of unreasonable resell prices or relations to get these releases. There are also many people who actually feel more confident when wearing shoes that are widely recognized by people in (mainstream). While extrinsic factors such as the environment of friendship and social conditions. The number of friends who often upload moments when using Vans is also be a factor for some individuals. This is what creates its own motivation to stick with your own commitments or try to get out of your comfort zone by following other people's fashion tastes.

Keywords: Self Image, Vans, OTWYK, Fashion, Virtual Community

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini *fashion* merupakan hal yang selalu berubah dan berkembang mengikuti zaman.. *Fashion* merupakan hal penting yang menjadi tolak ukur dalam ber penampilan. Dalam artian *fashion* ialah bentuk komunikasi penyampaian pesan yang bersifat nonverbal. Malcolm Bernard (1995:86) dalam karyanya '*Fashion as Communication*' beranggapan bahwa *fashion* merupakan sebuah fenomena kultural, yakni teknik yang di gunakan oleh individu atau suatu kelompok dalam menciptakan dan menyampaikan citra nya, lalu akan menghasilkan suatu penilaian dari orang lain. Winwin Wiana (Tanpa Tahun:2) menerangkan bahwa :

> "*Even unwitting, way of communicate with others tend to be associated with things around the fashion issue. This can be observed from how to behave among others, indicated at the time of dealing with someone dressed military, dirty, or people who dress fancy*."

Hal yang dinilai dari sebuah citra diri yaitu *fashion,* karena fashion dianggap menjadi ciri khas tertentu yang lebih dikenal dalam lingkungan sosialnya. Memilih untuk menggunakan pakaian tertentu menjadi ciri khas bagi mereka yang menggunakan nya. Hal ini sebagai ungkapan penyampaian perasaan pengunanya yang menimbulkan respon yang berkaitan dengan proses penyampaian pesan seseorang dengan orang lain. Ciri-ciri pada individu membuat hal penting yang dapat di tunjukkan dalam bersosialisasi di mana seseorang tentu menjadi tolak ukur penting dalam menciptakan suatu penilaian ketika berinteraksi. Maka dengan menggunakan pakaian tertentu maka orang lain akan membuat penilaian terhadap penampilan kita

Fashion merupakan hal yang berkaitan erat dengan masa kini. Seperti barang yang digunakan, makanan yang dikonsumsi dan lain-lain. Menurut Alex Thio dalam bukunya, Sociology beranggapan bahwa "*fashion is a great though brief enthusiasm among relatively large number of people for a particular innovation*". Sehingga fashion adalah hal yang mampu diikuti oleh siapa pun dan mampu menghasilkan suatu tren.

Tren *fashion* akan terus mengikuti perkembangan jaman sesuai dengan permintaan konsumen. Hal ini disebabkan karena semakin berkembangnya media dan teknologi yang berpengaruh terhadap *fashion*. Menurut Featherstone, 2001: 197 menerangkan bahwa *fashion* khususnya pakaian ialah kehidupan penting dalam masyarakat masa kini yang membuat tolak ukur penting di dala kehidupan sehari-hari.

fashion juga dikatakan bahwa gaya yang mengarah kepada bagaimana seseorang berpakaian di masa kini atau mengikuti perkembangan jaman atau budaya tertentu. *Fashion* dapat diartikan sebagai kulit dari sisi sosial yang berisi pesan dan bagaimana hidup individu ataupun komunitas tertentu yang termasuk ke dalam bagian dari budaya sosial yang akan menghasilkan suatu budaya baru yang terus berubah dan berkembang.

Selain busana, sepatu juga menarik perhatian penting di dalam dunia *fashion.* Meskipun sepatu tidak menjadi hal mencolok dalam ber *fashion* namun sepatu juga memberikan daya tarik tersendiri yang amat kuat bagi siapapun yang melihatnya dan menghasilkan status tersendiri bagi pemakainya. Hal ini membuat sepatu mempunyai *value* tersendiri yang lebih di dunia *fashion*. Selain itu, sepatu juga memiliki peranan penting dalam bagaimana kita berbusana salah satunya adalah memberikan kenyamanan. Maka tidak sedikit orang yang memprioritasikan suatu *track record* brand tertentu sebelum memutuskan untuk membeli sepatu. Salah satu hal yang mampu dijadikan pertimbangan konsumen sebelum membeli adalah *brand*. Pilihan konsumen tentang *brand* adalah antara sepatu lokal ataup impor. Secara umum, *brand* global biasanya akan lebih sukses untuk produk yang sifatnya *high invoivement* dan *high-profile*, sementara merek lokal akan lebih disukai oleh konsumen untuk kegunaan *everyday product* (Johansson & Ronkaimen, 2004).

Banyak *brand* ternama saat ini baik lokal atau impor yang memproduksi sepatu dan mementingkan kualitas serta kenyamanan yang diciptakan untuk pemakai. Untuk impor beberapa brand nya antara lain Adidas, Vans, Nike, Converse dan Puma. Sedangkan local yakni Ventela, Piero, Compass dan League. Peneliti memilih brand impor yaitu Vans sebagai objek penelitian. Bagi penikmat *fashion,* Vans cukup terkenal karena Vans awalnya diciptakan untuk olahraga ekstrim yang banyak disukai oleh anak muda yaitu olahraga *skateboard* yang menjadi salah satu olahraga favorit di masa sekarang ini. Vans

didirikan oleh Paul Van Doren pada tahun 1966 di Anaheim, California. Saat itu Vans langsung di produksi dan di jual di wearhouse Vans. Saat itu nama series sepatu pertama nya dikenal dengan The Vans #44 deck shoes atau saat ini disebut Vans Authentic. Tahun 1975 para pemain skateboard di Southern, California menjadikan sepatu Vans ini sebagai pilihan untuk generasi skateboard di masa itu.

Semakin berkembang nya jaman, Vans tidak hanya mengeluarkan sepatu saja, tetapi terdapat beberapa apparel seperti, kaos kaki, tas ransel, topi dan masih banyak lainnya. Namun sepatu Vans ini yang mempunyai *value* dan potensi lebih dimata penikmat *fashion* dimana mampu menciptakan citra tersendiri bagi si pemakai. Hal ini lah yang menimbulkan citra diri dalam penggunaan sepatu Vans

Di Indonesia saat ini telah memiliki komunitas pengguna Vans bernama VANSHEAD.ID yang terbentuk pada 13 Januari 2013. Namun para "vanshead" disini mayoritas lebih terfokus pada produk sepatu Vans sendiri. VANSHEAD juga memiliki komunitas disetiap regional seperti contohnya di Yogyakarta yang memiliki nama OTWYK yakni *Off The Wall* Yogyakarta, dan di region Semarang ada Semarang *Syndicate* dan masih banyak lagi. Kegiatan rutin nya adalah melakukan gathering untuk membahas berita terbaru tentang Vans, *sharing session*, dan seringkali melakukan kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat seperti bakti sosial bencana merapi. OTWYK juga memiliki forum tersendiri yang digunakan untuk jual beli produk Vans yaitu VANSHEAD Kaskus serta memiliki forum untuk memamerkan sepatu koleksi mereka sebagai ajang eksistensi yaitu forum DVI (Daily Vans Indonesia). Komunitas ini juga setiap tahun memiliki acara rutin yaitu gathering nasional.

Dalam hal ini OTWYK sangat berperan penting terhadap *brand image* Vans yang menimbulkan terciptanya citra diri yang beragam bagi pengguna sepatu Vans. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana citra diri anggota OTWYK dibentuk melalui penggunaan sepatu Vans. Alasan memilih OTWYK sebagai objek penelitian adalah karena anggota komunitas OTWYK memiliki fokus utama yang lebih mengarah kepada Vans, termasuk selera *fashion*, pengetahuan mendalam tentang produk Vans serta memiliki koleksi koleksi yang khas dan beragam. Hal ini menjadi ketertarikan bagi peneliti untuk membuat penelitian dengan judul ***"Pembentukan Citra Diri***

Anggota OTWYK Melalui Penggunaan Sepatu Vans"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, diketahui rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pembentukan citra diri anggota OTWYK melalui penggunaan sepatu Vans?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui citra diri anggota OTWYK melalui penggunaan sepatu Vans.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis
    a) Dapat menambah wawasan bagi peneliti mengenai makna dan proses pembentukan citra diri oleh penikmat *fashion*
    b) Dapat menjadi motivasi dan inspirasi bagi peneliti agar terus memberikan kontribusi penelitian terkait citra diri khususnya pada penikmat *fashion*

2. Manfaat Akademis
    a) Dapat memperbanyak teori khususnya pemahaman tentang citra diri oleh anggota komunitas
    b) Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pembentukan citra diri.

E. Tinjauan Pustaka

1) Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama merupakan penelitian yang berjudul **"Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa"** yang ditulis oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro, Sri Budi Lestari. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menjelaskan tentang bagaimana makna fashion di dalam komunikasi dalam lingkup mahasiswa, seperti diketahui bahwa mahasiswa merupakan individu yang lebih mengenali fashion. Metode penelitian ini adalah paradigma interpretif

deskriptif kualitatif. Hasil nya adalah mayoritas mahasiswa menganggap pakaian sebagai alat untuk menyampaikan pesan dan keberadaan mereka, dalam menyampaikan pesan ini juga disertai aturan tertentu. Beberapa mahasiswa lainnya tidak mengikuti alur fashion yang sudah ditetapkan sehingga bebas.

Penelitian kedua adalah skripsi yang berjudul **"Konsep Diri Anggota Komunitas Punk Malang"** ditulis oleh Tasriqotul Maghfiroh dari Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana gambaran gagasan dari konsep diri setiap anggota komunitas Punk Malang. Metode penelitian yang dipakai adalah deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini ditemukan bahwa anggota komunitas Punk Malang memiliki konsep diri yang mayoritas positif dilihat dari jawaban narasumber yang memberikan ciri-ciri mengarah kepada konsep diri positif.

Penelitian ketiga adalah penelitian yang dibuat oleh Kezia Tiffany Putri yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poliitk di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan judul penelitian **"Representasi Fashion Culture dalam Digital Media Hypebeast".** Tujuan penelitian ini menjelaskan bagaimana representasi budaya (mode) melalaui penggunaan media digital dengan menelaah gambar visual yang disampaikan melalui akun Instagram *hypebeast.* Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskripsi kualitatif dengan metode visual dan analisis wacana. Dari penelitian yang sudah dilakukan, ditemukan bahwa *hypebeast* sebagai media, mencoba untuk membentuk budaya populer yang secara tidak langsung menyampaikan panduan mengenai gaya berbusana, untuk beradapatasi dalam budaya popular namun tetap dapat diterima oleh masyarakat.

Penelitian keempat adalah penelitian yang berjudul **"Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi"** yang ditulis olehmahasiswa Universitas Semarang Tri Yulia Trisnawati, Alumnus Ilmu Komunikasi. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menentukan ekspresi diri melalui nilai-nilai yang ingin ditunjukkan dalam penggunaan pakaian di kalangan remaja perempuan sebagai pengguna produk fashion, tentang bagaimana

mengenakan jenis pakaian tertentu, dan menjelaskan cara mengatasi hambatan yang muncul dalam mengekspresikan diri melalui mode. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang melihat kepada pengamatan dan pengaturan alam. Ditemukan bahwa fashion apalagi busana sangat berpengaruh terhadap penyampaian identitas atau makna diri seseorang.

Penelitian kelima berjudul **"Citra Diri Mahasiswa Islam Surabaya di Instagram"** yaitu tesis yang ditulis oleh Moh Yunus dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil dalam penelitian ini adalah menunjukkan bahwa pembentukan citra diri dibentuk melalui motivasi individu dalam menggunakan media sosial Instagram dalam kesehariannya, terlebih media sosial menjadi media untuk ekspresi diri secara online bagi masyarakat di masa sekarang ini.

Dalam penelitian terdahulu yang sudah disebutkan terdapat beberapa persamaan dengan penelitian yang hendak diteliti adalah sama-sama ingin melihat bagaimana citra diri yang dibentuk oleh individu dari komunitas tertentu dan citra diri seperti apa yang dihasilkan ketika menggunakan suatu barang dengan brand tertentu. Dalam penelitian terdahulu yang sudah disebutkan belum ada yang membahas tentang bagaimana citra diri dibentuk dalam penggunaan sepatu Vans, kebanyakan membahas tentang *fashion* secara general tidak dipersempit menjadi penggunaan sepatu Vans dan tidak ada yang menjadikan OTWYK sebagai objek penelitiannya.

2) Kerangka Teori

a. Fashion Studies

Fashion ialah suatu hal yang tidak semua orang mampu mengeri karena *fashion* merupakan segala hal mengenai bagaimana mengekspresikan diri sendiri, sehingga setiap individu tentu memiliki kepribadian yang berbeda (unik) dan tidak semua orang memahami nya dengan mudah. Sehingga berkaitan erat dengan

fashion sebagai komunikasi. Apa yang seseorang pilih untuk digunakan menunjukkan bagaimana orang tersebut melihat dunia, dan bagaimana orang tersebut ingin dilihat dunia, yaitu bagaimana presentasi visual seseorang terhadap dunia eksternal (Corner, 2014).

Malcom Barnard dalam bukunya *Fashion as Communication*, menjelaskan bahwa ilmu komunikasi dibagi menjadi dua dimana sama-sama menyampaikan pesan lewat interaksi sosial, dijelaskan bahwa yang pertama meyakini bahwa komunikasi terdiri dari proses seseorang menyampaikan sebuah pesan kepada individu lainnya dengan menggunakan media sebagai pengantar dan mampu menghasilkan efek atau *feedback* tertentu. Pernyataan ini juga dikaitkan dalam *fashion* sebagai bentuk komunikasi di mana menjelaskan bahwa pakaian atau kain yang dikenakan ialah media penghantar pesan dari proses komunikasi yang sudah diciptakan.

Kedua, yaitu semiotik atau ilmu struktualis, yang menyatakan bahwa komunikasi ialah interaksi sosial melalui pesan, yang beranggapan seorang individu adalah bagian dari suatu kelompok, di mana ketika berkomunikasi antar kelompok, terdapat proses yang menghasilkan suatu pesan, inilah yang disebut semiotik. Hubungannya dengan *fashion* sebagai komunikasi adalah kegiatan interaksi sosial melalui pakaian yang menjadikan seorang individu menjadi bagian dari sebuah kelompok sosial (Barnard, 2013)

Fashion, tidak hanya berfungsi untuk mengekspresikan pesan, tetapi juga menjadi dasar dalam membentuk suatu relasi sosial, sehingga budaya, produk dan praktik-praktik tersebut tidaklah merupakan turunan dari tatanan sosial yang sudah ada sebelumnya tetapi merupakan "unsur-unsur utama yang terjadi dalam proses pembentukannya" (Williams, 1981: 12-13).

b. Cultural Studies

Budaya merupakan kata yang memiliki perbedaan makna pada

setiap individua tau relative. Di dalam buku seri nya Borin Van Loon dan Richard Osborne menjelaskan beberapa hall yang terdapat dalam kebudayaan, antara lain : (Osborne, Van Loon, 2005:139) :

1. Ide, norma serta bagaimana aturan dalam masyarakat
2. Sarana komunikasi baik berupa seni, objek tertentu, benda material yang terdapat dalam suatu masyarakat. Terdapat pula pengembangan pikiran serta peradaban mengenai bagaimana cara hidup dalam masyarakat
3. Cara hidup yang terdapat dalam kelompok budaya tertentu
4. Praktik kehidupan yang memberikan makna dalam kemasyarakatan

Budaya di dalam *cultural studies* tidak hanya berarti suatu budaya tetapi juga diartikan kepada praktik besar dalam kehidupan sehari-hari. Budaya bersifat politis yang mampu dijadikan sebuah pergulatan kekuasan. Ini lah yang menjadi kajian budaya atau cultural studies.

Van Loon dan Sardar menjelaskan beberapa ciri-ciri dalam membatasi *cultural studies,* antara lain : (Sardar, Van Loon, 2005:9)

1. *Cultural studies* atau kajian budaya berperan dalam menjadi penengah dalam menyelesaikan permasalahan budaya dengan kekuasaan. Dengan adanya *cultural studies* mampu menganalisa masalah dari segi kebudayaan dan kaitannya dengan kekuasaan serta membahas mengenai hubungan saling mempengaruhi antar keduanya.
2. *Cultural Studies* tidak hanya membahas mengenai budaya tetapi juga berhubungan masalah sosial dan politik.
3. Dalam *cultural studies*, budaya memiliki dua kegunaan yakni sebagai objek lokasi dan studi mengenai kegiatan politik yang diharapkan mampu sekaligus berperan keduanya.
4. *Cultural studies* juga berperan untuk mendamaikan dan mengungkap ilmu pengetahuan, menyelesaikan permasalahan antara bentuk (pengetahuan yang tidak terlihat pengetahuan

intuitif yang didasari pada budaya lokal) dan objektif (universal). Jenis dalam *cultural studies* menganggap suatu identitas bersama dan kebutuhan antara yang diketahui dan mengetahui atau antara pengamat dan objek yang diamati.

5. *Cultural studies* berperan terhadap evaluasi suatu moral masyarakat yang modern dan garis radikal dari suatu aksi politik. Tradisi ini tidak bersifat bebas nilai namun mempunyai komitmen dalam membuat kontruksi sosial dengan mengaitkan konteks politik di dalamnya. Sehingga, *cultural studies* diharapkan mampu menjadi pemaham serta pengubah dominasi yang lebih mendalam. Dengan ini *cultural studies* diharapkan mampu memahami dan mengubah dan struktur dominasi yang ada lebih khusus dalam suatu kondisi masyarakat yang kapitalis industri.

Cultural studies menekankan kepada terciptanya budaya pop yang mampu membuat masalah baru terhadap pertentangan antara pemahaman terhadap dunia dan menjadi pemberdayaan kepada yang membatasi suatu hal. Ini membuktikan bahwa budaya pop selamanya tidak memberdayakan dan menentang, menolak bahwa budaya pop sama sekali tidak lebih daripada budaya yang terdegradasi, yang berhasil ditimpakan dari atas, yang bertujuan untuk meraup keuntungan dan menjamin kontrol ideologis (Storey, 1996:7)

c. Citra Diri

Menurut Yunus (2020) Citra adalah bagaimana setiap individu menunjukkan dirinya kepada orang lain untuk menghasilkan suatu penilaian atau pemaknaan orang lain terhadap dirinya. Dapat juga diartikan sebagai suatu gambaran visual yang dihasilkan melalui kalimat ataupun frasa. Menurut Achmad, citra diri bisa menjadi sumber energi yang mampu memotivasi dirinya sendiri dan orang lain. Motivasi disini bisa dilihat dari berbagai aspek seperti

menambah kualitas dalam bekerja, kehidupan social maupun hanya sekedar cara berkomunikasi. Sedangkan citra diri dalam kamus psikologi dapat disebut sebagai *self image* atau gambaran diri yang dihasilkan di kemudian hari. Gambaran diri dihasilkan dari beberapa tingkah yang laku yang telah diciptakan sebelumnya.

Citra diri *(self image)* yaitu sikap seseorang atas tubuhnya secara sadar dan tidak sadar. Sikap ini meliputi perasaan tentang fungsi penampilan, ukuran dan bentuk dan bagaimana potensi tubuh saat ini dan juga di masa lalu. Citra diri tentu sangat berperan dalam proses evaluasi diri di kemudian hari, tentu dibutuhkan penilaian orang lain atas diri individu yang bersifat membangun. Pengembangan konsep diri juga memerlukan citra diri, didukung oleh Maltz yang beranggapan bahwa citra diri adalah konsep seseorang mengenai bagaimana dirinya, golongan apa yang termasuk dalam dirinya. Ini juga dihasilkan dari keberhasilan maupun kegagalan yang telah diciptakan sebelumnya.

1. Golongan Citra Diri

Menurut Maghfiroh (2007) Citra diri memiliki dua golongan yakni citra diri positif dan citra diri negative, antara lain :

a. Citra positif dalam dilihat melalui watak yang tertanam diri seperti percaya diri atas apa yang digunakan, menghargai diri sendiri dan dapat menerima apa yang terjadi di dalam diri apa adanya. Citra diri positif ini akan membawa pengaruh baik di dalam kehidupan sosial nya, seperi mampu mengembangkan potensi diri secara maksimal dan mampu menyebarkan perasan positif kepada orang lain
b. Sedangkan citra diri negatif dapat berupa sikap sombong, kurang percaya diri, atau mengalami keterlambatan pergaulan. Dengan sifat ragu dan tidak percaya diri ini akan menghasilkan penyesuaian diri di lingkungan sosial yang kurang baik.

2. Faktor yang Mempengaruhi Citra Diri

Menurut Maghfiroh (2007) Banyak hal yang mempengaruhi citra diri, diantara nya adalah masa lalu baik sebuah kesuksesan maupun kegagalan yang sudah dilewati. Orang yang mampu menerima bagaimana dirinya dengan baik mampu menghasilkan citra diri positif, sedangkan orang yang kurang bisa menerima dirinya dengan baik menghasilkan citra diri negatif. Faktor yang mempengaruhi citra diri antara lain :

a. Faktor intrinsik meliputi kematangan fungsi organis dan perubahan-perubahan hormonal yang meningkatkan
b. Faktor ektrinsik berupa kegiatan sosial, lingkungan sosial, internal dan eskternal.

Citra diri seseorang menjadi tinggi ataupun rendah juga dipengaruhi oleh faktor intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik berupa persepsi atau pemaknaan suatu objek, kepercayaan diri dalam individu dan bagaimana individu memandang realitas. Faktor intristik yaitu pemaknaan terhadap suatu objek seperti bagaimana pemaknaan atas gaya hidup fashion. Sedangkan faktor ektrinsik dapat berupa pengaruh lingkungan, teman kelompok, maupun hubungan sosial di dalam kehidupan sehari-hari.

3. Komponen Citra Diri

Menurut Maghfiroh (2007) citra diri mempunyai tiga komponen yang dijelaskan sebagai berikut :

a. *Perceptual Component*

adalah gambaran seseorang tentang penampilan diri sendiri, seperti tubuh dan ekspresi yang ditunjukkan di hadapan orang lain. Dengan gambaran individu ini membuat daya tarik seseorang bagi orang lain yang sering dikenal dengan *attractiveness* dan *appropriatness*. Seperti contoh terdapat seseorang yang memiliki wajah cantik atau tampan sehingga memberikan daya tarik sendiri bagi orang lain. Komponen ini termasuk ke dalam bentuk *Physical Self*

Image.

b. *Conceptual Component*

adalah konsep individu mengenai karakterisitik pribadi. Komponen ini membahas tentang ciri khusus individu yang berbeda dengan orang lain seperti kekurangan, ketidaktergantungan, potensi dan keberanian. Komponen ini dikenal dengan *Psychological Self Image*

c. *Attitudinal Component*

adalah pikiran atau gagasan individu yang memuat perasaan individu terhadap diri sendiri dan juga status serta pandangan individu tersebut terhadap orang lain. Komponen ini merupakan perasaan yang dimiliki seseorang terhadap dirinya di masa sekarang atau yang akan datang seperti rasa bangga dan rasa malu. Seperti keyakinan, aspirasi dan komitmen yang ditanamkan dalam dirinya.

d. Citra Organisasi

Citra dalam suatu organisasi tentu menjadi hal yang perlu diperhatikan. Dengan terbentuknya citra yang baik tentu akan mempengaruhi keberadaan dan pengakuan suatu organisasi. Webster mendefinisikan bahwa citra menjadi gambaran konsep tentang sesuatu. Selanjutnya Kotler dan Fox mengatakan bahwa citra adalah jumlah dari gambaran-gambaran, keyakinan-keyakinan, dan kesan-kesan yang dimiliki seseorang. Dapat berupa orang, merek, orang, kelompok, organisasi ataupun orang atau yang lainnya yang dia ketahui. (Sutisna,2002:331)

Menurut Aegidius (2017) Citra yang baik dibutuhkan untuk menaikan nilai suatu produk atau jasa, suatu organisasi dapat dilihat dari semua hal yang berkaitan dengan organisasi berupa kemasan, logo, maupun penampilan seperti baju yang digunakan, cara berbicara, dll. Maka dari itu dalam membangun citra yang baik

merupakan tugas dari setiap organisasi. Setiap perusahaan atau organisasi tentu mempunyai masing-masing strategi untuk mendapatkan citra yang positif dari audiens.

Untuk membentuk citra dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melakukan iklan/publikasi seperti memperbaiki keadaan internal organisasi yang akhirnya juga akan terbentuk citra yang positif. *Public relation*/hubungan masyarakat menjadi salah satu alat terpenting untuk mendukung kinerja manajemen. Menurut Scott M. Cutlip dalam Silih Agung Wasesa, (2006) terdapat 4 tahapan yang harus dilakukan oleh *public relations* dalam mendukung kinerja manajemen yaitu :

a. Melihat permasalahan ataupun peluang yang mungkin berkaitan dengan opini, sikap dan perilaku publik yang dianggap berpengaruh terhadap kebijaksanaan perusahaan.
b. Melakukan perencanaan program pencitraan berdasarkan informasi yang diperoleh, dan sekaligus menjadikannya sebagai saran dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan dengan aktivitas-aktivitas yang memiliki dampak kepada publik.
c. Melakukan kegiatan yang sudah direncanakan sekaligus mengkomunikasikan program kepada publik secara sistematis, sehingga dapat terbentuk presepsi pubik yang baik terutama dalam rangka menunjang visi organisasi.
d. Rutin mengadakan evaluasi program, terkait apa yang sudah dilakukan sudah sesuai dengan rencana atau terdapat perubahan dalam pengaplikasian program dan menciptakan beberapa rencana kegiatan sebagai rencana alternatif.

e. Virtual Community

Komunitas virtual merupakan kumpulan beberapa pengguna internet yang membuat suatu hubungan jaringan personal. (Spaulding, 2009). Rheingold (2000), menjelaskan

> *"virtual communities are social aggregations thatemerge from the net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficiet human feeling, to form webs of personal realtionship in cyberspace."*

Sedangkan Wood dan Smith (2005) menjelaskan *virtual community* sebagai *"A shared understanding of interrelatedness among participants in computer-mediated environments".* Komunitas virtual merupakan tempat perkumpulan beberapa orang yang memiliki kepercayaan yang sama dan melakukan kegiatan dimana secara fisik mereka tidak berkumpul namun hanya secara non fisik (virtual). Salah satu fitur yang ditawarkan menurut ***Fernback dan Thompson*** adalah ketidakstabilan perkumpulan beberapa individu yang tergabung dalam komunitas lain, mereka bisa aktif dan cepat namun juga bisa kapan saja menghilang dalam permisalan meninggalkan komunitas semudah mengganti channel di televisi.

Ketidakstabilan itu mempunyai konsekuensi yang menitikberatkan kepada komunitas virtual pada derajat yang lebih tinggi dibanding kasus kehidupan nyata atau komunitas *offline.* Sehingga dalam hal mereka pesimis mengenai potensi komunitas *online* untuk tetap aktif dalam ruang public secara virtual. (Jankowski, 2009: 62).

Ridings Et Al (2002) berpendapat bahwa komunitas virtual merupakan beberapa individu yang mempunyai ketertarikan yang sama dan aktif melakukan kegiatan melalui internet. Komunitas virtual merupakan suatu kelompok atau individu yang masuk ke dalam kegiatan di dunia maya dimana di dalamnya terdapat kegiatan komunikasi yang dibuat oleh komunitas itu sendiri melalui kesepakatan bersama (Jang et al ,2007).

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu peristiwa yang sedang terjadi oleh objek. Dilakukan secara deskripsi berupa kata dengan menggunakan metode ilmiah. (Moleong, 2011: 6).

Asumsi yang mendasari penelitian kualitatif oleh Merriam dalam (Creswell, 1994:145) antara lain :

a) Kualitatif menghasilkan makna dan berusaha memahami makna kehidupan serta struktur pada lingkungan mereka sevdiri
b) Kualitatif lebih fokus kepada proses daripada hasil
c) Kualitatif bersifat deskriptif yaitu perolehan makna yang di dapat dari kata dan gambar
d) Kualitatif berkaitan dengan fieldwork yaitu peneliti ikut terjun ke lapangan untuk mengumpulkan data
e) Kualitatif bersifat induktif dimana membuat konsep, abstraksi teori dan input
f) Kualitatif adalah alat utama dalam proses pengumpulan serta analisis data

Melalui konsep mengenai kualitatif tersebut maka penelitian kualitatif mendeskripsikan kejadian yang ada berdasarkan realita yang disaksikan sendiri oleh peneliti.

Dalam melakukan riset ini peneliti juga harus memahami teori dan pemahaman yang cukup luas sehingga dapat bertanya, menganalisis dan memahami informan sehingga penelitian menjadi jelas. Peneliti akan berusaha untuk mendekati dan memahami pandangan yang diberikan oleh informan sehingga mendapat data yang dibutuhkan. Sebagai alat mengumpulkan informasi akan digunakan pengamatan, interview, dan mencari dokumen.

Penelitian mengenai *fashion studies* dalam komunitas OTWYK relevan menggunakan metode kualitatif, yaitu pada bagian pencarian data melalui interview mendalam, pendekatan langsung oleh informan, melihat mereka menggunakan sepatu Vans, dan mengamati kegiatan mereka dalam

menggunakan sepatu Vans tersebut.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan batas waktu hingga peneliti mendapatkan pemahaman dan data yang mendalam mengenai objek penelitian dari informan, dan dapat diakhiri ketika peneliti sudah mendapatkan pemahaman dan data yang mendalam untuk memenuhi kebutuhan penelitian.

Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu pada komunitas OTWYK yang ber-regional di Yogyakarta. Lokasi penelitian yang dipilih juga akan mengarah kepada pihak yang berkaitan terhadap objek penelitian.

3. Informan Penelitian

Informan diambil dari anggota komunitas OTWYK untuk mendukung penelitian dengan cara purposive sampling yaitu dimana peneliti menentukan pengambilan sample dengan menetapkan ciri-ciri tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian. Maka ciri-ciri yang peneliti tentukan adalah individu yang telah bergabung dengan komunitas OTWYK di platform facebook dengan minimal waktu bergabung 1 tahun dan memiliki sepatu Vans dengan jumlah minimal 3 pasang.

4. Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data sebagai hasil penelitian, peneliti menggunakan data primer yaitu yang didapat dari anggota komunitas OTWYK dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu :

a. Observasi

   Observasi digunakan untuk memperoleh data secara langsung dengan melakukan pengamatan langsung terhadap anggota komunitas. Metode yang digunakan dalam pengamatan yaitu mengamati dua anggota komunitas OTWYK.

b. Wawancara

   Wawancara dilakukan dengan berdiskusi atau mengajukan pertanyaan kepada anggota komunitas OTWYK guna memperoleh data terkait penggunaan sepatu vans dalam pembentukan citra diri. Hasil wawancara akan dijadikan sebuah ringkasan dan menjadi data untuk penelitian.

c. Dokumen

Peneliti mencari sumber data yang diperoleh melalui media perantara seperti buku, arsip, dokumen, atau catatan yang telah ada dan yang dipublukasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dokumen juga dapat berupa korespondensi ataupun berupa audiovisual.

5. Analisis Data

Analisis data didalam suatu penelitian kualitatif mendapatkan data dalam bentuk kalimat yang merupakan kesimpulan dari penelitian. Informasi dan data yang sudah diperoleh harus dianalisis. Pada penelitian ini analisis data akan dilakukan secara berurutan dari awal penelitian hingga penelitian berakhir, dengan menggunakan teknik :

1. Reduksi Data

   Reduksi data ialah tahapan proses memilih suatu hal terhadap data yang telah didapatkan pada saat mengumpulkan data dan memilih informasi berdasarkan topik penelitian. Menganalisis dan menyimpulkan data harus dilakukan scara sistematis agar menjadi data yang terstruktur dan bermakna sehingga sama sekali tidak menghilangkan nilai dari informasi dan data yang telah didapatkan oleh peneliti.

2. Penyajian Data

   Tahap penyajian data berbentuk naratif yang didapat dari hasil reduksi data yang bertujuan untuk mempermudah peneliti didalam membuat keputusan. Pada tahap ini juga digunakan agar peneliti lebih mudah memahanmi topik yang menjadi bahan penelitian.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

   Tahap ini merupakan tahap terakhir yang dilakukan oleh peneliti berawal dari tahapan reduksi data, proses penyajian data hingga memperoleh bukti berupa data informasi dari penelitian yang sudah dilaksanakan. Penarikan kesimpulan dibutuhkan agar menjadi jawaban atas permasalahan yang sudah ditetapkan oleh peneliti.

BAB II
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. OTWYK (Off The Wall Yogyakarta)

OTWYK merupakan sebuah komunitas penggemar sepatu Vans dalam regional Yogyakarta, berawal dari forum online Indonesia bernama Kaskus yang memulai diskusi nya pada tahun 2010. Namun pada tahun 2013, tepatnya pada tanggal 13 April 2013 mereka memutuskan untuk membuat suatu komunitas yang tidak hanya berbasis online. Hal ini dikarenakan pada jaman dulu anak pecinta Vans itu susah untuk memasukan barang dari luar negeri, sehingga dengan adanya komunitas diharapkan bisa mempermudah untuk mendapatkan informasi terkait barang-barang yang tidak rilis di Indonesia dan untuk saling sharing tentang dunia sepatu Vans yang informasi nya tidak ada di internet. Komunitas OTWYK ini juga tidak hanya menjadi wadah edukasi masyarakat, namun untuk mengadakan kegiatan-kegiatan sosial bermanfaat.



Gambar 2.1 Logo OYTWYK (Off The Wall Yogyakarta)

Didalam satu komunitas tentu memiliki beberapa anggota untuk menunjang keaktifan komunitas tersebut. Setiap individu dalam komunitas ini juga tentu memiliki kepribadian yang beragam, sebagai komunitas tidak mempunyai hak untuk memaksa seseorang, karena bagaimana pun juga suatu komunitas dibentuk atas dasar kesamaan dan keinginan masing-masing. Maka dari itu setiap komunitas tentu memiliki anggota aktif dan anggota yang tergolong pasif. Di dalam OTWYK terdapat sekitar 30 orang anggota aktif. Anggota ini pun berasal dari berbagai kalangan dan generasi mulai dari remaja

hingga orang dewasa, dengan usia sekitar 13 tahun sampai 30 tahun. Beragamnya kalangan dan generasi ini pun menjadi hal yang menarik didalam suatu komunitas karena dapat bertukar informasi mengenai perbedaan budaya disetiap generasi.

Hal-hal yang dibahas dalam setiap perbincangan pun tergolong bermanfaat, seperti diskusi, kalo untuk forum online kita di dailyvansindonesia itu di facebook, cuman istilahnya, jika mampu mendapatkan sepatu bisa dapet pride tersendiri. Hal ini tentu mampu membuka pikiran setiap anggota bahwa jika mampu mendapatkan sepatu itu tidak menentukan kelas sosial, tetapi menimbulkan rasa kebanggaan tersendiri. Dan juga terdapat kegiatan jual beli antarsesama penjual yang menjadi anggota di dalam OTWYK tersebut, dimana mampu menjadi keuntungan sesama.

1. Kegiatan Rutin Komunitas

Disetiap komunitas tentu memiliki beberapa runtutan kegiatan. Kegiatan kegiatan ini ditentukan oleh pihak komunitas itu sendiri. Dalam membuat rincian kegiatan tentu juga memikirkan keuntungan yang akan di dapatkan, seperti bermanfaat untuk masyarakat sekitar agar komunitas dapat berjalan dengan baik dan lancar. OTWYK dalam hal ini juga membuat beberapa kegiatan aktif yang sudah berjalan, antara lain :

a. Gathering

Gathering adalah kegiatan mengumpulkan beberapa anggota di suatu tempat. Di gathering tersebut merupakan sarana untuk saling sharing mengenai sepatu Vans dan bisa juga untuk mendapatkan ilmu bagaimana membedakan sepatu Vans asli dan yang palsu. Di acara tersebut juga bisa untuk menjalin relasi sehingga anggota memiliki networking yang luas.



Gambar 2.2 Gathering Komunitas OTWYK

Di setiap gathering memiliki konsep yang berbeda, hal ini dibentuk agar menambah kesan menarik dan tidak membosankan. Runtutan kegiatan gathering ini juga dimulai dari kegiatan ngobrol ringan, quiz yang disertai undian-undian berhadiah dan diakhiri dengan bazaar. Kegiatan gathering diharapkan mampu menambah wawasan untuk para anggota yang hadir karena di gathering ini terdapat sesi sharing dengan berbagai topik, salah satunya tentang bagaimana membersihkan sneakers yang baik dan benar tanpa merusak bagian dari sepatu tersebut.



Gambar 2.3 Kegiatan Pameran



Gambar 2.4 Kegiatan Gathering Nasional

b. Game of Skate



Gambar 2.5 Poster Lomba *(Game of Skate)*

Game of Skate merupakan kegiatan kompetisi dalam olahraga skateboard. Dimana ada beberapa indikator dalam penentuan penilaian dari game tersebut, salah satunya penilaian best trick dan style. Peserta dalam Game of Skate pun tidak hanya dari anggota komunitas OTWYK melaikan mengundang dari komunitas skateboard di Yogyakarta seperti komunitas skate Balkot, Taman Kuliner, dan Vast Skate Park.



Gambar 2.6 Kegiatan Lomba *Game of Skate*



Gambar 2.7 Poster Lomba *Game of Skate*

c. Anniversary

Anniversary merupakan kegiatan perayaan dalam memperingati hari terbentuknya komunitas OTWYK. Kegiatan ini turut serta mengundang komunitas Vans dari regional lain seperti Semarang (syndicate semarang), Jakarta (Vanshead.id) dan lain-lain.



Gambar 2.8 Kegiatan *Anniversary*

Hal ini dilakukan agar nama OTWYK mampu dikenali dan diakui oleh komunitas lain diluar Yogyakarta, dimana mampu meningkatkan eksistensi komunitas tersebut.

d. Buka Bersama

Dibulan Ramadhan komunitas OTWYK juga memiliki kegiatan rutin yaitu buka bersama, hal ini ditujukan untuk menjalin silaturahmi antar anggota komunitas. Kegiatan pada bulan puasa juga berupa kegiatan memberikan beberapa bantuan kepada Panti Asuhan, dimana kegiatan ini dilakukan secara rutin. Bantuan ini berasal dari uang kas yang sudah ditetapkan sebelumnya.



Gambar 2.9 Poster Kegiatan Buka Bersama

2. Kegiatan Sosial

Kegiatan sosial oleh OTWYK turut serta mengajak masyarakat, agar masyarakat juga mendapat perhatian dan mengetahui bahwa komunitas ini memang ada dan mampu bermanfaat untuk orang banyak. Kegiatan sosial yang dilakukan seperti pada tahun 2010 anggota OTWYK mengadakan kegiatan sumbangan amal di pinggir jalan untuk membantu korban bencana alam Merapi,

3. Job Description

Admin adalah seseorang yang bertugas mengatur jalannya seluruh aktifitas di media sosial komunitas. Posisi sebagai admin dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, yang terpenting admin harus selalu memberikan

informasi terupdate kepada khalayak, karena dimasa sekarang media sosial merupakan sarana yang paling berpengaruh untuk menyampaikan informasi dengan sistem yang cepat dan mudah. Tugas dan tanggung jawab admin dijelaskan sebagai berikut :

1. Memberikan informasi terbaru terkait kegiatan komunitas
2. Mengedukasi khalayak apabila mengalami kesulitan
3. Menjadi wadah untuk menerima saran dan kritik terhadap komunitas
4. Menjalin komunikasi yang berkelanjutan
5. Membangun *community connection* dengan khalayak
6. Rutin melakukan evaluasi terhadap konten
7. Meningkatkan kredibilitas dan trust dimata khalayak dan komunitas serupa

Dengan adanya admin dimana membangun interaksi kepada khalayak instagram dengan memberikan konten yang menarik, mampu meningkatkan ketertarikan khalayak yang akhirnya menaikan *brand image* dari komunitas tersebut.

BAB III
ANALISIS DATA

A. Identifikasi Narasumber

Pada bab ini peneliti ingin menjelaskan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan dari hasil wawancara kepada lima narasumber. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pembentukan citra diri setiap individu melalui penggunaan sepatu Vans, dengan menjadikan komunitas OTWYK sebagai objek dalam penelitian ini. Data yang telah ditemukan menggunakan teknik pengumpulan melalui observasi dan wawancara kepada lima narasumber yang berkaitan dan berhubungan dengan objek penelitian (OTWYK) serta menggunakan studi pustaka menggunakan beberapa literasi terkait dengan pembentukan citra diri melalui penggunaan sepatu Vans sehingga memperoleh data primer maupun sekunder. Temuan penelitian ini didapatkan akan dianalisis dan dideskripsikan sesuai dengan hasil wawancara, observasi data agar dapat menghasilkan penelitian yang jelas dan riil.

Setelah melakukan wawancara, peneliti menemukan narasumber yang memiliki pemahaman berbeda antar tiap individu. Perbedaan pemahaman ini tentu didasari oleh background narasumber yang berbeda pula. Pada hal ini peneliti melakukan wawancara secara langsung, wawancara dilakukan pada tanggal 15 Maret 2021 kepada admin aktif Instagram komunitas OTWYK (Off The Wall Yogyakarta) yakni Luki. Narasumber kedua dilakukan di waktu dan tempat yang sama seperti narasumber pertama, yakni pada 15 Maret 2021. Wawancara dilakukan kepada anggota aktif OTWYK yakni Aloy. Pada tanggal 10 April, peneliti melakukan wawancara langsung kepada Daffa selaku anggota OTWYK. Terakhir pada tanggal 15 Mei 2021, peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada anggota komunitas OTWYK yakni Yogi dan Hakim.

Peneliti melakukan wawancara kepada narasumber dengan memberikan pertanyaan umum ke pertanyaan khusus mengenai beberapa alasan pembentukan citra diri melalui penggunaan sepatu Vans yang menjadi landasan dalam penelitian ini. Pertanyaan yang diberikan dimulai dari pertanyaan yang bersifat umum atau pribadi narasumber seperti nama, sejak kapan menyukai dan tergabung dalam komunitas

OTWYK hingga pertanyaan yang bersifat khusus seperti perjuangan dalam mendapatkan sepatu Vans yang bisa membentuk citra diri suatu individu.

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada komunitas OTWYK yang memang memiliki ketertarikan khusus kepada brand sepatu Vans, yang menimbulkan tingkat antusiasme yang tinggi ketika menjawab pertanyaan-pertanyaan dari peneliti. Topik yang dibahas oleh peneliti juga menjadi hal yang menarik dan baru bagi narasumber, sehingga banyak penjelasan lain yang dijawab oleh narasumber dari pertanyaan yang tidak ditanyakan oleh narasumber, ini juga membuat peneliti semangat untuk melakukan wawancara lebih dalam mengenai topik yang dibahas dalam penelitian ini yakni pembentukan citra diri melalui penggunaan sepatu Vans.

B. Temuan Data

Setelah melakukan wawancara secara langsung kepada narasumber, narasumber mendapatkan keberagaamaan jawaban Berdasarkan landasan pemahaman narasumber mengenai pembentukan citra diri melalui penggunaan sepatu Vans. Peneliti menjabarkan temuan data sebagai berikut :

1. Ketertarikan Terhadap Sepatu Vans

Sepatu adalah benda dengan kegunaan sebagai alas kaki yang memiliki bentuk dan model yang berbeda beda. Contoh nya slip on, pantofel, sneakers, running, dan lain-lain. Beragamnya model yang diciptakan juga tentu mengikuti perkembangan industri fashion. Semakin berkembangnya jaman dimana membuat banyak model yang berbeda tentu menghasilkan permintaan pasar yang berbeda-beda pula. Setiap model sepatu pun juga memiliki target pasar masing-masing. Dengan banyaknya target pasar ini menimbulkan selera yang beragam pula, hal ini menjadikan dunia industri fashion sangat berwarna.

Banyak orang yang menyukai sepatu pantofel dikarenakan status sosial atau pekerjaan. Banyak anak muda yang lebih menyukai sneakers dan slip on karena selain mengikuti jaman, sepatu model ini juga dianggap lebih netral dan aman untuk dipakai di segala waktu dan situasi. Alasan menyukai suatu model sepatu ini pun ditentukan oleh pandapat masing-masing

individu, sehingga tidak ada tolak ukur pasti untuk mengukur bagaimana seseorang bisa menyukai suatu model.

> “Kalo saya pribadi suka dengan sepatu vans itu karena banyak kolaborasi dengan Band sama kayak Toys. Rata-rata Band kalok saya. Saya lebih suka collab dengan Band sama keluaran syndicate, yang istilahnya kolaborasi entah dengan butik, luxury brand atau designer kayak baju baju artis gitu. Dan series kalo saya.” **(Luki)**



Gambar 3.1 Vans x Suicidal Tendencies
Sumber : https://hai.grid.id/read/072325929/10-sneakers-vans-edisi-kolaborasi-dengan-band-rock-legendaris-yang-paling-bikin-ngiler?page=4)



Gambar 3.2 Vans x Bad Religion
Sumber : https://hai.grid.id/read/072325929/10-sneakers-vans-edisi-kolaborasi-dengan-band-rock-legendaris-yang-paling-bikin-ngiler?page=4



Gambar 3.3 Vans Syndicate
Sumber : https://www.alphastyles.com/vans-syndicate-x-odd-future-old-skool-pro-s-sneaker-pack/



Gambar 3.4 Vans x Fear of God
Sumber : https://images.app.goo.gl/rhYdG3T5XunSY1GP9

Menurut Luki selaku admin dalam komunitas OTWYK (Off The Wall Yogyakarta) alasan utama menyukai Vans adalah awalnya mas Luki memang menyukai suatu Band tertentu yang membuat kolaborasi dengan brand Vans, sehingga munculah ketertarikan terhadap brand Vans tersebut.

> "Awalnya sih dulu mas 2012, udah make produk kaya quicksilver. Awal-awal nyari di kaskus ada yg jual gak, sepatu-sepatu hiphop, trus nemu vans, trus aku liat-liat ternyata vans ada collabs sama band, seniman, film kok kayaknya menarik ya. Trus mulai ngulik nya tu mulai 2012-2013 gitu. Soalnya kalo vans tuh collabs nya beda sama yang lain mas. Band-band nya juga kebanyakan band-band metal. Nah tahun 2014 baru mulai cari-cari vans, tapi aku juga punya idealis sih. Aku ga pengen punya classic core. Nah aku tuh pengen punya yang orang jarang punya. Jadi umpama nya gini, aku punya budget lebih nih, aku bisa beli barang-barang release-an di store, tapi aku gabisa gitu.

Aku lebih milih barang nya emang agak murah, cuman bener-bener jarang orang pake. Jadi dulu tuh aku ngumpulin vans-vans release-an 2010 kebawah.” **(Aloy)**



Gambar 3.5 Vans Classic Core
Sumber : https://images.app.goo.gl/fXRixyXv9ZdDRF6FA



Gambar 3.6 Vans Buffalo Boot High 2010
Sumber : https://images.app.goo.gl/HeXTwn7YoTJfJhXq8

Menurut Aloy selaku anggota komunitas OTWYK (Off The Wall Yogyakarta) yang loyal terhadap vans. Awalnya hanya sekedar mencari sepatu sebagai keperluan, namun ternyata tertarik dengan beberapa kolaborasi vans dengan band dan beberapa tokoh seniman lainnya dan memiliki idealis yang sangat tinggi dengan enggan memiliki sepatu yang sangat banyak di pasaran namun lebih memilih dengan membeli sepatu rilisan lawas sehingga tidak banyak orang yang tau walaupun barang tersebut sudah pernah dimiliki atau dipakai beberapa orang sebelumnya alias *second*.

> “Karna yang pertama simple, tampilannya simple, terus juga harga nya yang ga terlalu mahal, maksudnya masih terjangkau lah. Yang sekitarnya range harga, 500 kan ada juga kan. Terus yang kedua, lebih enak aja, maksudnya ke outfit apa aja masuk, terus dipake ke acara apa aja itu kek masuk, mau dipake kondangan masuk, terus mau dipake juga olahraga cocok ngeskate atau main basket bahkan banyak juga sekarang, kayak orang banyak males pake sepatu lain jadi pake vans.” **(Daffa)**

Menurut Daffa, vans dinilai sebagai sepatu yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa, baik dari segi kegunaan, bentuk, dan ekonomis. Hal ini membuat Daffa nyaman untuk memiliki dan menggunakan brand Vans itu sendiri.

> “Jadi aku itu pake vans dari SMP, soalnya waktu SMP itu ya awal-awal tau dunia luar lah gitu, istilah nya baru kenal brand, tapi ya cuma hanya sekedar tau aja gitu. Awalnya itu aku emang tergabung dalam komunitas skateboard, nah disitu aku liat semuanya pake Vans, karena memang kan mayoritas anak skate sepatunya ya Vans gitu mas, trus disitu aku dah mulai cari tau gitu mas. Suka pake vans itu ya karena nyaman, yang paling penting itu nyaman sih mas., Kalo desain banyak kan desain vans yang collab collab gitu sama brand tertentu gitu kan, itu yang jadi nilai plus tersendiri untuk sepatu itu sih mas.” **(Hakim)**

Hakim selaku anggota OTWYK sudah menggunakan Vans sejak SMP sehingga sudah kurang lebih 9 taun an dengan mendapatkan pengaruh dari lingkungan dimana merupakan lingkungan anak skateboarder yang mayoritas menggunakan Vans sebagai sepatu *daily* atau kesehariaan. Menurut hakim hal yang menarik dari Vans adalah beberapa kolaborasi dari brand tertentu yang mana tidak semua brand sepatu punya. Tidak hanya itu, Vans juga dirasa tidak hanya mengutamakan desain atau model yang bermacam-macam, tetapi juga kenyamanan sepatu ketika digunakan. Sehingga, sebuah brand terlebih untuk brand sepatu tidak bisa hanya mengandalkan model dan desain tapi mengenyampingkan kenyamanan, padahal sepatu menjadi hal yang akan sering kita gunakan dimana apabila

tidak memberikan kenyamanan bagi pengguna padahal desain nya bagus, sepatu itu tidak akan selamanya menjadi favorit para pengguna nya.

> “Pertama kali aku pake Vans itu kayaknya SMA deh, kebetulan baru SMA saya pakek Vans itu mas, taunya juga waktu itu dari media social sih mas kaya youtube, Instagram, gitu banyak yang ngenalin pelan-pelan trus ada juga yang beberapa Taunya dari komunitas lain mas jadi ya cukup luas sih mas kalo relasi nya di Jogja. Kenyamanan, dipake nya enak, desain simple jadi ga norak. elegan tapi tetep enak dipake buat nongkrong, jalan dan kemana aja gitu.” (**Yogi)**

Yogi sudah menggunakan sepatu Vans sejak SMA, sehingga sudah kurang lebih 6 tahun an dan mendapatkan pengaruh dari social media. Pengaruh social media memang cukup besar bagi kehidupan social seseorang, entah itu memberikan pengaruh positif ataupun negatif, Yogi mendapatkan pengaruh yang baik dan cukup berperan di masa sekarang ini karena menurut Yogi, kenyamanan yang dimiliki oleh vans tidak dimiliki oleh semua sneakers, beberapa brand ada yang hanya menjadi sekedar sepatu, tanpa memerdulikan kenyamanan pengguna nya. Sehingga memang sudah terbukti bahwa Vans sudah sangat bisa dirasakan kenyamanan nya oleh pengguna.

Pesat nya perkembangan sepatu membuat banyaknya model serta apparel lainnya. Model-model sepatu vans antara lain slip on, velcro, oldskool, sk8hi, authentic, era dan lain-lain. Sedangkan apparel yang ditawarkan oleh Vans ada tshirt, snapback, shoulder bag, ransel, socks, sunglasses. Banyaknya model serta apparel yang ditawarkan memiliki pasar masing-masing. Apparel ditawarkan kepada individu dengan segmentasi yang cukup luas, sedangkan untuk sepatu, Vans sendiri memiliki pasar dengan segmentasi yang cukup spesifik, seperti untuk kalangan skateboarders, anak muda dengan range umur (15-30tahun). Setiap individu yang memiliki sepatu Vans tidak selamanya memiliki juga apparel lainnya, begitu pun sebaliknya.



Gambar 3.7 Vans Slip On

https://www.instagram.com/p/CJ2tiLsFgjiHN6BRzG_kP4lf9u0aczWKtf671Y0/



Gambar 3.8 Vans Velcro
Sumber : https://images.app.goo.gl/szZoRtxPgZDCfKD16



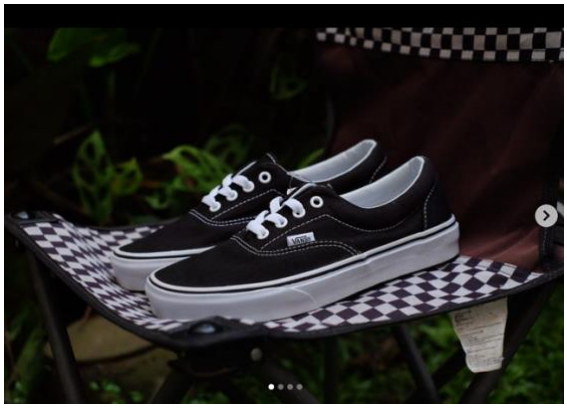
Gambar 3.9 Vans Sk8hi
Sumber : https://images.app.goo.gl/Ty8hfJtxbUz5T2h29



Gambar 3.10 Vans Oldskool
https://www.instagram.com/p/Bzl1YCAlOOgOKX9CBgXfeDHMhRuU6502fOhcGk0/



Gambar 3.11 Vans Authentic
https://www.instagram.com/p/CJ6Jy7wFkX94LF5hvDiZrHcNIdqIAZzgtwK-9Y0/



Gambar 3.12 Vans Era
Sumber : https://www.instagram.com/p/CNkb7EYhu2n/)

"Kebetulan saya cuma punya sepatu nya mas, untuk apparel lainnya belum punya karena memang ada beberapa yang belum srek di hati. Kalo sepatu aku suka sama model yang simple sih

mas kaya slip on kan lebih nyaman tapi kalo untuk skate sih enakan yang memang diperuntukan kesitu mas." **(Hakim)**

Menurut hakim, tidak semua apparel memiliki desain se bagus dan se *booming* sepatu nya, sehingga itu yang membuat Hakim belum mempunyai apparel lainnya seperti shirt dll. Karena memang promosi apparel yang ditawarkan oleh Vans tidak *all out* seperti sepatu. Pihak Vans hanya mengandalkan offline store, online store dan retail. Sehingga hanya ditentukan oleh pembeli yang memang benar-benar tertarik terhadap apparel tersebut. Untuk selera sepatu yang dimiliki adalah simple yaitu slip on karena selain desain yang tidak terlalu banyak, juga menimbulkan kesan mewah dan elegant. Namun memang ada beberapa model sepatu Vans yang memang memiliki peruntukannya sendiri-sendiri, seperti untuk kebutuhan skateboard Vans mempunyai rilisan seri Pro yang mempunyai tingkat kelenturan dan insole yang berbeda untuk menunjang kenyamanan pada olahraga ekstrim tersebut.



Gambar 3.13 Insole Ultracush
(Sumber : https://www.grindforlife.org/gfl-web-store/sizes-available-45-to-13-vans-pro-skate-and-destroy-cancer-slip-on-shoes-with-ultracush-insole-amp-duracap)

"Kalo awal-awal sih sepatu doang mas, jadi kaya istilah nya sepatu lah yang paling penting untuk nentuin outfit, tapi lama kelamaan kaya punya kaosnya, ataupun sama tas nya gitu. Jadi sekarang kaya diperpaduin aja semua ma**s.** Kalo model nya, aku pribadi ga mengotak-ngotakin sih mas, maksudnya gak harus 1 model itu melulu gitu mas. Aku sih lebih secara general mas, lebih ke semuanya mas, jadi classic boleh, slip on juga gaada masalah. Jadi, gaada keharusan atau lebih kemana nya sih mas. Malah aku lebih ke kalo bisa punya semua model gitu mas,

karena ga ngebosenin dan bisa menyesuaikan situasi dan kondisi aja gitu mas." **(Yogi)**

Menurut Yogi, setelah memiliki sepatu Vans muncul keinginan untuk memiliki beberapa apparel lainnya seperti shirt dan tas nya. Desain yang ditawarkan juga sesuai dengan selera desainnya. Sehingga muncul keinginan untuk mengoleksi apparel yang ditawarkan, tanpa melalui proses promosi yang panjang. Model yang ditawarkan Vans bisa terbilang banyak dan beragam sehingga menimbulkan rasa ingin mengoleksi yang tinggi menurut Yogi. Sehingga, model yang dimiliki dapat disesuaikan dengan outfit dan waktu tertentu. Karena desain yang ditawarkan juga beragam dan banyak yang cukup menarik hati dimana sesuai dengan selera. Tidak ada perasaan idealis dalam memilih atau menggunakan suatu produk atau brand tertentu.

"Kalo aku sih basic nya emang suka sepatu, kalo buat jaket kaos itu aku lebih suka yang polos-polos aja, tapi kalo model sih, aku lebih prefer ke oldschool ya mas modelnya, karena tuh dipake nya enak, kenceng gitu mas. Antara nyaman dipake sama looks nya tu enak." **(Aloy)**

Menurut Aloy, prioritas utama adalah sepatu, sedangkan untuk koleksi lainnya hanya sebagai tambahan dan tidak terlalu penting. Untuk model yang digunakan juga lebih suka kepada desain yang simple agar lebih enak dilihat baik untuk diri sendiri maupun orang lain.

Brand sepatu pun tidak hanya Vans, banyak brand-brand lain yang juga tidak kalah *booming* dan ramai diperbincangkan di dunia pecinta sneakers. Beberapa individu yang menjadi penyuka atau penikmat sepatu khususnya Vans juga ikut merasakan bagaimana brand sepatu lain di kehidupan social nya. Hal ini tentu menjadi hal baru dan menarik di dalam dunia penyuka Vans. Setiap pengguna Vans apakah menjadi pengguna yang loyal dengan hanya menggunakan sepatu Vans atau menggunakan sepatu selain brand Vans.

"Aku ada sih mas, ya yang penting nyaman aja gitu. Kalo memang ada brand lain yang juga nyaman, saya coba juga mas. Karena kan tiap sepatu juga punya rasa yang berbeda, jadi apa yang saya temuin di brand Vans gamungkin saya temuin di brand lain gitu mas dan begitupun sebaliknya. Jadi ya tinggal seberapa

banyak kadar perbedaaan kekurangan di tiap brand nya aja sih mas. Kalo misal ada brand lain yang juga nyaman dan enak dilihat juga gajadi masalah buat hanya sekedar mencoba dan membandingkan mas" **(Hakim)**

Menurut Hakim, mencoba dan menggunakan beberapa brand sepatu tidak ada masalah karena setiap brand tentu memiliki pelayanan atau *treatment* yang berbeda juga yang menjadi ciri khas dari brand tersebut. Sehingga, sebagai pengguna sepatu juga dapat merasakan seberapa banyak kelebihan serta kekurangan yang dimiliki oleh suatu brand. Dan jika memang sudah nyaman, bisa saja tetap akan balik kepada pilihan awal seperti Vans.

"Kalo selain vans, pasti ada sih mas. Kalo punya sih punya converse karena kan walaupun kita suka vans, tapi harus punya opsi lain untuk nge cocokin ke outfit lain gitu mas. Walaupun semisal kita pro sama vans juga jangan nutup ke brand lain sih mas, kalo aku kaya gitu mas. Tapi kalo untuk pindah, keknya engga mas. Walau desain dan bentuk mirip, tapi rasa nya tetep beda mas. Menurut ku kalo udah nyaman ya udah aja gitu mas." **(Yogi)**

Menurut Yogi, jika terdapat beberapa outfit atau situasi yang memang mengharuskan menggunakan sepatu dengan brand selain Vans itu akan menjadi hal yang sangat wajar, karena memang tidak ada keharusan atau paksaan dari siapa pun untuk selalu menggunakan Vans, hanya saja memang rasa nyaman dari Vans memang belum bisa ditandingi. Sehingga jika hanya mencoba dan sekedar punya, tidak ada masalah tapi jika untuk pindah haluan menjadi penyuka brand lain tidak.

"Kalo dulu sama sekali gak punya, tapi kalo sekarang, karna udah banyak referensi nya, sudah banyak bergeser" **(Aloy)**

Menurut Aloy, Ketika masih menjadi pemula dan baru dalam menggunakan brand Vans, hanya fokus dan terpaku kepada Vans, namun lama kelamaan seiring berjalannya waktu, banyak brand-brand lain yang ditemukan dan juga ikut memiliki nya.

"Signature nya sih mas, feel dari vans ini emang beda dan ga semua sepatu punya feel kaya gini mas, jadi menurut aku vans

tu pantes sih mas buat jadi suatu alasan seseorang untuk loyal dalam ber-fashion" **(Hakim)**

Menurut Hakim, keunggulan brand Vans yang tidak dimiliki oleh brand lain adalah signature nya. Menurut nya, khas dan tanda yang dimiliki oleh Vans menjadi tanda unggul disbanding brand-brand lain, ini pula yang menjadikan seseorang pantas dan berhak untuk menjadikan Vans sebagai alasan untuk loyal dalam ber *fashion*

"Ya itu tadi sih mas, kenyamanan. Untuk segala medan gitu mas, kita mau jalan, di pasir, di aspal, skate juga tetep vans lah yang nomor satu." **(Yogi)**

Menurut Yogi, kenyamanan yang diberikan oleh Vans tidak ada dua dan tandinggannya. Vans selalu memberikan kenyamanan serta pelayanan terbaik untuk para pengguna serta pecintanya. Ini pula yang menjadi banyak pengguna nya untuk saling terhubung di dalam satu komunitas atas dasar kesamaan ketertarikan.

"Awet nya sih mas yang gabisa ngalahin. Waktu itu aku punya release-an tahun 2004, collab sama band AVI. Dia dipakai sampe berapa tahun tuh masih gapapa." **(Aloy)**

Menurut Aloy, tidak hanya dari *look* atau penglihatan yang mampu membuat Vans menjadi lebih unggul dibanding brand lain, tetapi juga dapat dirasakan dari proses serta bahan baku produksi, yang membuat sepatu ini lebih tahan lama dan awet dibanding dengan brand lainnya. Memang hal ini cukup penting karena sepatu yang digunakan juga bisa untuk jangka Panjang, tidak hanya satu atau dua kali pakai lalu dibiarkan begitu saja.

"Kebetulan panggilan hati aja sih mas, panggilan hati nya cuma cocok ke Vans gitu mas" **(Luki)**

Menurut Luki, jatuh cinta kepada Vans dan bukan kepada brand lain berdasarkan panggilan hati dan juga berdasarkan kecocokan. *Fashion* merupakan hal yang relatif, tidak ada yang menyatakan suatu brand itu bagus atau kurang, tetapi hanya sesuai selera atau tidak. Sehingga apa yang kita yakini cocok itu berdasarkan panggilan hati.

2. Vans di mata kalangan pengguna

Budaya merupakan hal yang relative dimata setiap orang memiliki pandangan masing-masing yang berbeda. Budaya terjadi di kehidupan sehari-hari dimana bisa berupa praktis ataupun sebuah kegiatan yang terdapat norma atau nilai di dalam nya. Cultural studies berperan sebagai penengah dalam penyelesaian masalah. Dengan adanya cultural studies ini mampu menganalisa masalah dari kebudayaan dan membahas mengenai hubungan yang saling mempengaruhi. Fashion merupakan suatu hal yang juga bersifat relatif, dimana tidak bisa menyamaratakan pendapat suatu individu. Dengan banyaknya perbedaan dalam ber fashion ini, juga menimbulkan banyak pro kontra yang terjadi. Seperti banyaknya komunitas yang pro terhadap suatu brand, di satu sisi juga terdapat beberapa individu yang kontra terhadap suatu brand tersebut. Sehingga tidak ada yang menyatakan suatu *fashion* salah ataupun benar, tetapi hanya bergantung kepada pribadi dan pandangan masing-masing.

Vans juga merupakan salah satu brand yang memiliki banyak pengguna, dengan banyaknya pengguna ini juga tidak menutup kemungkinan banyaknya individu yang kontra terhadap perkembangan brand Vans, baik itu sepatu ataupun apparel lainnya. Pesatnya perkembangan Vans juga banyak menimbulkan trobosan baru bagi brand lain, trobosan ini pun membuat setiap individu memiliki pemikiran serta pandangan yang berbeda-beda pula.

> "Ya kalo menurut aku sih ya terserah aja, karena kan sepatu ga cuma buat 1 orang tapi untuk semua orang. Jadi gaada masalah selagi support yang original mas." **(Hakim)**

Menurut Hakim, setiap orang tentu memiliki kebebasan dan hak nya masing-masing dalam memilih apapun yang ada dalam hidupnya. Sama seperti sepatu, setiap orang juga bebas berekspresi untuk menggunakan jenis, brand ataupun model sepatu apa saja. Sepatu juga bisa menjadi hal yang wajib dimiliki oleh setiap orang, tidak memandang suatu brand atau model tertentu. Sama hal nya dengan pengguna sepatu, orang lain yang bukan pengguna juga memiliki kebabasan berkespresi yang sama, seperti

berkomentar.

> “Kalo dibilangin mainstream atau ikut-ikutan sih balik ke pandangan orang masing-masing ya mas, jadi kek kalo aku sendiri sih istilah nya bodoamatlah orang mau bilang apa toh juga mereka ga lebih tau dari apa yang kita rasain. Intinya kalo diri kita udah cocok dan nyaman, ga dengerin apa kata orang sih mas” **(Yogi)**

Menurut Yogi, kita sebagai pribadi juga tidak harus selamanya mendengar komentar dari orang lain, apalagi yang sifatnya tidak membangun. Sehingga terkadang diam lebih baik daripada melawan atau berkomentar balik. Setiap manusia juga memiliki hak kebebasan untuk memilih apapun dalam hidupnya. Sehingga, apapun yang dilakukan dengan tidak mengganggu orang lain, sah-sah saja dilakukan.

Banyaknya brand local juga menjadi perhatian tersendiri bagi pecinta sepatu. Yang menjadi perhatian utama adalah banyak brand local yang menggunakan desain serupa dengan Vans. Tentu hal ini menimbulkan perdebatan pro kontra antar individu. Sekarang ini perkembangan brand local juga cukup pesat, hamper setiap pecinta sepatu tahu dan senantiasa mengikuti alur perjalanan brand local.



Gambar 3.14 Brand Local Ventela (design mirip Vans Oldskool)
(Sumber : https://images.app.goo.gl/iz7JSPM8UARMgsvMA)



Gambar 3.15 Vans Oldskool
(Sumber : https://www.warungsangrai.com/black-and-white-old-skool-vans-p-2804.html)

> "Kalo aku pro-pro aja sih mas, soalnya kan itu produk lokal jadi harus dijaga kearifan nya juga gitu mas. Jadi ga melulu kita beli dari luar gitu mas. Dan tiap sepatu juga punya treatment nya sendiri, jadi semisal ada brand lain yang menyerupai Vans pasti punya khas dan tanda nya masing-masing" **(Hakim)**

Menurut Hakim, perkembangan brand local harus tetap dijaga, karena brand local juga menjadi wujud dari trobosan baru jaman sekarang yang memiliki dampak positif untuk Indonesia. Keberadaan brand local ini juga harus dijaga dengan cara dihargai atau semisal ada rezeki bisa ikut mencoba dan menggunakannya. Karena setiap sepatu juga memiliki tanda dan rasa nya masing-masing. Kalau hanya desain yang mirip atau bahkan sama, tidak akan merubah rasa dari sepatu itu. Keorisinalitasan suatu brand akan dapat mudah dirasakan, apalagi untuk para penikmat sepatu.

> "Ada plus minus nya sih mas, tapi aku lebih dukung sih mas, kaya brand local udah bisa punya inovasi gitu udah bagus sih mas. Jadi walaupun kita seneng pake brand asing, tapi ya suka aja gitu mas kalo liat orang pake brand local, karena berarti brand local udah mulai merajai Indonesia gitu mas. Tapi ada kelemahannya sih mas, aku liat brand local malah lebih ke meniru desainnya gitu mas dan kualitas nya masih kurang, sepatu nya masih norak gitu." **(Yogi)**

Menurut Yogi, brand local menjadi suatu keberhasilan dari inovasi yang

ada. Setiap orang berhak memilih suatu brand baik untuk luar ataupun dalam negeri. Rasa menghargai brand local juga tidak hanya dibuktikan dari wujud atau memiliki suatu brand tersebut. Dengan bangga akan brand nya atau ikut men support seperti senang ketika melihat seseorang menggunakan brand local tersebut. Namun memang, brand local terkesan meniru dan dari segi kualitas belum bisa menandingi produk dari luar negeri. Harapannya dengan adanya masukan serta saran dari pengguna atau pecinta sepatu dapat menjadi evaluasi bagi brand local, baik yang sudah memiliki nama besar ataupun yang baru merintis.

> "Kalo untuk brand local sih masih ga mau pake aku. Jujur sampe sekarang belum pernah pake brand local sih mas, cuman agak tertarik aja sama beberapa brand yang udah lama. Menurut ku sih brand local itu drama drama drama, abis itu naik, abis itu ilang." **(Aloy)**

Menurut Aloy produksi serta penyebaran yang dilakukan oleh brand local masih terlalu banyak perdebatan dan menimbulkan banyak permasalahan yang terjadi. Sehingga tidak diketahui apakah perdebatan itu merupakan suatu strategi *marketing* atau memang terjadi begitu saja.

> "Kalo aku sih agak kontra ya mas karena selama ini sepenglihatan aku brand local itu cenderung apa yaa, desain nya terpacu sama satu arah jadi cenderung mereka itu ga berani menciptakan model yang baru padahal kita butuh sesuau yang fast nih" **(Luki)**

Menurut Luki, keberadaan brand local saat ini cenderung masih memiliki desain yang kurang berani untuk menciptakan suatu trobosan baru, misalnya meniru desain dari Vans yang sudah memiliki pasar dan signature yang cukup dikenali oleh banyak orang. Sehingga bisa disimpulkan bahwa brand local lebih memilih untuk cari aman agar tetap meningkatkan penjualan brand local itu sendiri.

> “Kalo menggantikan sih engga mas, tapi hanya menambah dan menjadi opsi aja sih mas.” **(Hakim)**

Keberadaan brand local memang cukup luas dan juga ramai diperbincangkan, sehingga memang brand local cukup hamper menguasai dunia sneakers di Indonesia khusunya Yogyakarta. Namun, menurut Hakim dengan luasnya penyebaran serta informasi mengenai brand local tidak mampu merubah sepenuhnya pemikiran tentang keberadaan brand luar seperti Vans. Dengan adanya inovasi baru seperti produksi sepatu brand local hanya bisa menjadikan opsi dalam ber *fashion,* tidak mampu mengantikan posisi nya bahkan rasa nyaman yang diberikan dari sepatu brand Vans ini.

> “Kalo menurut pandangan dan diriku sendiri sih kayaknya engga mas, karena isitilah nya kayak brand vans sama brand local itu beda, mereka punya pasarnya sendiri-diri, walaupun ada yang hampir mengalahkan vans itu menurutku tetep ga bisa mas.” **(Yogi)**

Menurut Yogi, luasnya penyebaran produksi brand local juga tidak mampu menggantikan posisi Vans. Di jelaskan bahwa setiap brand baik itu sepatu, baju, atau apparel lainnya tentu memiliki pasar masing-masing dan segmentasi yang berbeda pula. Sehingga, se ramai apapun diperbincangkan, brand local belum mampu menggantikan posisi Vans di hati, namun jika hanya dijadikan sebagai pilihan alternatif mungkin masih bisa, tetapi rasa nya juga tidak bakalan sama.

> “Kalo menurut aku bisa sih mas, ada aja kemungkinan nya, ya walaupun gatau kapan, sepanjang brand local itu mampu bersaing dalam teknologi produksi sepatu dan bahan-bahan yang digunakan. Serta memiliki desain yang baru dalam artian beda dari yang udah ada sih mas. Karna kan kaya misal nih dia punya desain yang baru trus harga tetep bertahan dengan yang lama, kan bisa aja posisi vans ini tergantikan gitu mas. Apalagi kalo

sampe dia itu bisa collab sama nama nama besar dan strategi marketing yang bagus." **(Daffa)**

Menurut Daffa keberadaan brand local saat ini bisa tergantikan seiring berjalannya waktu. Mengingat brand local disini memiliki potensi yang cukup kuat baik dalam segi produksi, desain, dan strategi marketing. Sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa brand local bisa saja menggantikan vans dengan segala potensi yang bisa dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

3. Pembentukan Citra diri

Citra adalah bagaimana setiap individu menunjukkan dirinya kepada orang lain untuk menghasilkan suatu penilaian atau pemaknaan orang lain terhadap dirinya. Dapat juga diartikan sebagai suatu gambaran visual yang dihasilkan melalui kalimat ataupun frasa. Menurut Achmad, citra diri bisa menjadi sumber energi yang mampu memotivasi dirinya sendiri dan orang lain. Motivasi disini bisa dilihat dari berbagai aspek seperti menambah kualitas dalam bekerja, kehidupan sosial maupun hanya sekedar cara berkomunikasi. Sedangkan citra diri dalam kamus psikologi dapat disebut sebagai *self image* atau gambaran diri yang dihasilkan di kemudian hari. Gambaran diri dihasilkan dari beberapa tingkah yang laku yang telah diciptakan sebelumnya. Perkembangan citra diri juga dapat dipengaruhi oleh beberapa tokoh seperti influencer fashion. Di masa sekarang ini banyak influencer yang merambah ke dunia fashion yang mampu memberikan sedikit banyak dampak bagi masyarakat khususnya pengguna media sosial.



Gambar 3.16 Salah satu Influencer Fashion

Sumber : Instagram @salviusalvin

> "Menurut ku lebih ke daya tarik aja sih mas. Kaya misal ke kampus trus diliatin gitu. Ya cuman buat kepuasan sendiri sih mas, kayak aku bisa beli kaya gini trus orang lain jarang yang make." **(Aloy)**

Menurut narasumber Aloy citra diri disesuaikan oleh diri sendiri dan lingkungan sehingga melalui pengakuan orang lain pun bisa menjadi sebuah citra diri. Dengan menggunakan sepatu Vans terlebih dengan rilisan yang jarang orang ketahui, mereka merasa citra diri mereka sudah terbentuk karena nyaman dan sudah merasa cocok dengan apa yang digunakan serta bisa menimbulkan sebuah pertanyaan kepada orang lain dari apa yang ia gunakan. Dan dengan banyaknya *role model* ini juga menimbulkan tingginya kepercayaan diri seseorang karena citra diri juga akan terbentuk dengan sendirinya.

> **"**Ada, pas jaman kuliah sih. Pas jaman kuliah kita tuh sering ngurangin pengeluaran buat jajan sama makan, ya mungkin kayak yang lain jajan, kita ga jajan, mungkin gini mas pas jaman kuliah dikasih uang sangu tuh, pas ada sepatu release-an juga, sepatu wishlisht lah. Yaudah akhirnya uang sangu itu cuma tak

> sisain 200 ribu sisanya buat beli sepatu itu dalam sebulan. Gimana buat makan, gimana urusan transport buat ke kampus, itu urusan nanti lah.” **(Aloy)**

Menurut Aloy, perjuangan untuk mendapatkan sepatu *rare* cukup berat dan menantang. Perjuangan yang dipilih aloy adalah perjuangan atas kemauan untuk mencapai tujuan yang dikehendaki. Sehingga apa yang sudah diperjuangkan dapat terbayarkan dengan memiliki koleksi sepatu yang *rare* dan bisa mendapatkan pengakuan dari orang lain sehingga terbentuklah citra diri tersebut.

> “Kalok make vans dari dulu udah mulai cocok aja sama saya mas, ya biar ga keliatan sama aja sih. Kan vans identik dengan siluet yang istilahnya basic lah, nggak aneh-aneh, nggak kayak robot nggak besar-besar, simple aja gitu. Biar terlihat beda aja sih mas maksudnya gak samaan sama orang. Menurut saya cuman istilahnya kalo kita kerja nih, disuruh pake pakaian formal ya itu udah diluar ranah ini sih.” **(Luki)**

Menurut Luki selaku pengguna sneakers Vans, setiap individu yang menggunakan Vans mampu menjadi relasi dalam kehidupan sosial. Dan tampilan yang juga menarik dan *timeless.*

> **“**Menurut saya arti vans bagi diri saya sendiri itu ada dan bisa sangat dirasakan mas, karena signature nya itu lho mas gabisa digantiin. Yang pengen ditunjukkin sih ya pengen sekedar nunjukkin bahwa aku pake Vans aja sih mas, lebih ke nunjukkin ciri khas jati diri aku sendiri nih gini gitu mas.” **(Hakim)**

Menurut Hakim, hal yang pengen ditunjukkin lebih ke bahwa dia memiliki dan menggunakan Vans, tidak memiliki maksud untuk pamer atau ingin dibilang keren. Yang pengen ditunjukkin untuk perasaan ke diri sendiri mungkin biar ngerasa puas dan bangga aja. Perasaan menggunakan Vans seperti kenyamanan serta khas dari Vans menjadi arti tersendiri yang menjadi kekuatan untuk senantiasa menggunakan Vans.

> **“**Vans juga punya arti tersendiri missal liat dari sepatu nya bisa sih mas. Kebanyakan anak-anak vans itu menggambarkan dirinya seperti anak fashion banget dan ngikutin jaman banget

gitu mas. Kalo pesan pasti ada juga mas, kalo menurut aku sih, contohnya anak skate dia pengen ngasih tau bahwa dia anak skate. Kalo aku sih pengen nyampein kalo aku tu ngerti fashion, lumayan kenal fashion gitu mas." **(Yogi)**

Menurut Yogi, beberapa orang melihat teman atau lingkungannya dari sepatu yang digunakan. Sehingga, memilih sepatu yang tepat berpengaruh besar terhadap posisi di tongkrongan atau lingkungan anak muda jaman sekarang. Untuk pesan yang disampaikan mungkin bergantung kepada kondisi dan anggota komunitas diluar komunitas sepatu seperti komunitas skate. Anak skate mayoritas menggunakan sepatu Vans sebagai keseharian, apabila tidak menggunakan Vans tentu menjadi hal yang menarik, Vans juga tentu memiliki arti tersendiri bagi para penggunanya.

"Balik ke orangnya masing-masing sih klo aku, kalo 45issal dia nyaman. Sebenernya pasti iya sih mas, misalnya anak-anak sekarang outfit nya kan lebih banyak berkaca sama anak anak band sekarang kan terus kayak skateboarder style mereka juga kayak casual, kayak simple aja gitu." **(Daffa)**

Menurut Daffa, pesan yang ingin disampaikan oleh seseorang akan dapat dirasakan oleh orang lain apabila orang itu merasa nyaman dan percaya diri atas apa yang dia lakukan dan gunakan. Melihat jaman sekarang juga sudah banyak yang menjadikan anak band sebagai *tradecenter* bagi beberapa kaum.

Setiap model Vans memiliki pasar dan segmentasi nya masing-masing. Vans mengeluarkan model yang *special edition* namun cukup susah di dapatkan dan dapat ditinjau dengan harga yang cukup tinggi. Sedangkan untuk model classic yang banyak ditemukan dapat ditinjau dengan harga yang terjangkau dan tidak susah di dapatkan. Setiap pengguna nya, tentu bebas memilih model beserta kekurangan serta kelebihan nya masing-masing.

"Kalo aku kebetulan punya koleksi yang rare itu *syndicate* mas. Tapi sebenernya sih balik ke hati mas karena kan yang penting kena di hati, kalo menurut ku bagus, ya udah beli. Jadi ga semua yang harga tinggi tuh kena di hati gitu mas. Tetap bakal balik ke selera dan srek nya kemana sih mas." **(Hakim)**

Menurut Hakim, untuk koleksi rare atau mainstream tetap balik ke hati jadi tidak selalu yang rare cocok di hati, bisa saja koleksi yang mainstream dan classic lebih bisa buat nyaman.

> **"**Kalo aku sekarang sih ga ngincer yang harganya selangit mas, jadi masih kaya mainstream tapi ga cuma satu barang gitu mas, jadi bisa ganti-ganti makenya, apalagi kan mainstream ga dipandang orang bahwa itu norak gitu mas" **(Yogi)**

Menurut Yogi, lebih baik menggunakan barang yang tidak usah rare tetapi memiliki koleksi yang lain, agar bisa gantian dan terdapat banyak opsi ketika ingin menggunakannya. Memiliki koleksi mainstream juga menjadi hal yang wajar, karena memang desain yang simple dan menarik tanpa memberikan kesan yang norak, sehingga siapapun bisa menggunakannya, tidak memandang jenis kelamin, usia, ataupun kelas social tertentu, karena yang mempengaruhi adalah kenyamanan bukan harga ataupun model tertentu. Apabila suatu model sudah cocok dan klop di hati maka sudah lebih dari cukup.

> "Aku lebih suka yang ga banyak dipake orang gitu mas, Nah tahun 2014 baru mulai cari-cari vans, tapi aku juga punya idealis sih. Aku ga pengen punya classic core. Nah aku tuh pengen punya yang orang jarang punya. Jadi umpama nya gini, aku punya budget lebih nih, aku bisa beli barang-barang release-an di store, tapi aku gabisa gitu. Aku lebih milih barang nya emang agak murah, cuman bener-bener jarang orang pake. Jadi dulu tuh aku ngumpulin vans-vans release-an 2010 kebawah." **(Aloy)**

Menurut Aloy, memiliki sesuatu yang jarang semua orang punya adalah sebuah kebanggan tersendiri bagi dirinya. Sehingga jika memiliki budget berlebih bisa digunakan untuk berburu atau *hunting* suatu brand dengan model dan stok yang *limited* atau terbatas. Sehingga memang butuh pengorbanan atau usaha lebih untuk mendapatkan koleksi yang jarang dan tidak dimiliki oleh semua orang.

> *"*Oh kalo aku sih ngga pernah. Soalnya kalo aku sepatunya limited aku malah gasuka mas, aku ngga mau ngasih effort lebih untuk satu sepatu cuman kalo sepatu sepatu yang kayak dulu pas jaman jaman aku SMP bolak balik singapore kalo mau beli Vans,

soalnya di indo belum ada.” **(Daffa)**

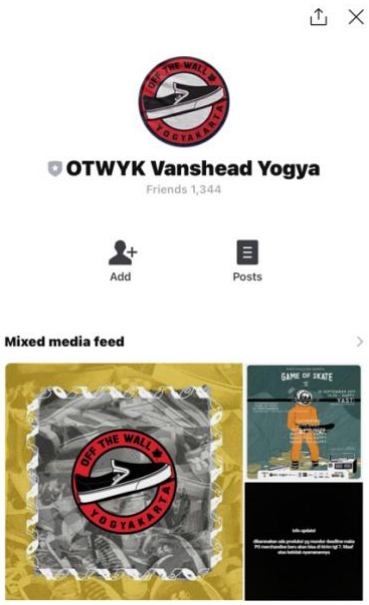
Menurut Daffa, lebih baik memiliki sepatu yang mainstream daripada yang rare. Karena memang diperlukan usaha serta pengorbanan yang lebih untuk mendapatkan satu sepatu koleksi *rare* atau *limited.* Tidak ada masalah jika menggunakan sepatu yang banyak dipakai orang, selagi kita nya nyaman dan enjoy menggunakannya maka akan terasa baik dan cocok ketika kita gunakan.

4. Komunitas di mata anggota

Merupakan gabungan beberapa individu yang membentuk jaringan hubungan personal. Komunitas manusia di masa sekarang ini telah hidup dalam dua dunia kehidupan antara lain kehidupan nyata dan kehidupan dunia maya (virtual). Namun sekarang ini, mayoritas manusia lebih memilih untuk berkomunikasi secara virtual. Pengekspresian komunikasi secara virtual dengan menggunakan media seperti facebook, instagram, whatsapp dan line memberikan kemudahan melalui fitur yang disediakan.

Pada komunitas virtual ini menjadi suatu titik temu yang terpisah secara fisik, sehingga menjadi perkumpulan kepercayaan dan berpraktek. Komunitas ini dibentuk karena terdapat beberapa individu yang memiliki kesamaan dan ketertarikan atas suatu hal atau suatu brand. Melalui komunitas, para anggota berbagi informasi dan saling memperoleh keuntungan seperti transaksi jual beli. Dengan adanya komunitas menjadi sarana informasi serta keuntungan bagi beberapa individu.

Raymond Williams (1983) menyatakan bahwa menusia tidak lagi membutuhkan wadah atau sarana publik tertentu atau kontak secara fisik sebagai pendorong suatu interaksi, tetapi di masa sekarang ini interkasi yang lebih efektif adalah *face to screen* melalui media seperti handphone Berikut akun official *line* @otwyk yang merupakan salah satu platform untuk melakukan atau memberitahukan agenda kegiatan tertentu seperti kegiatan pertemuan rutin, anniversary atau kegiatan event penting.



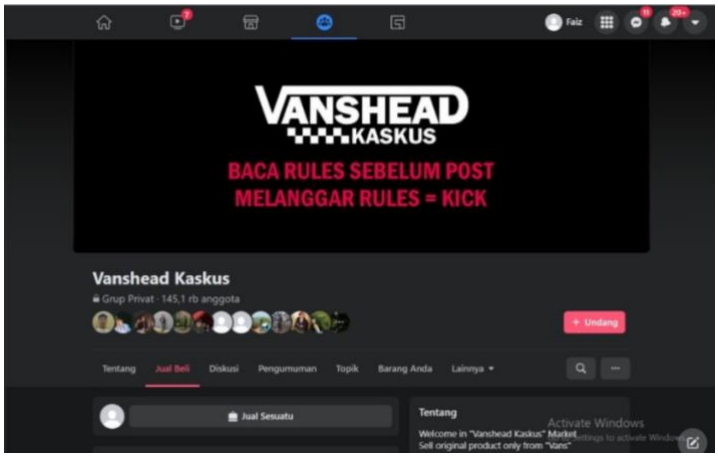
Gambar 3.17 Official Line OTWYK (@dnp2687m)
Sumber : Instagram @otwyk

> **“**Iya mas, karena kan ada sharing-sharing gitu mas, jadi bisa dapet pengetahuan gitu. Kalo jual beli juga bisa dapet harga terbaik gitu mas, bisa dapet akses dapat sepatu yang rare gitu mas..” **(Hakim)**

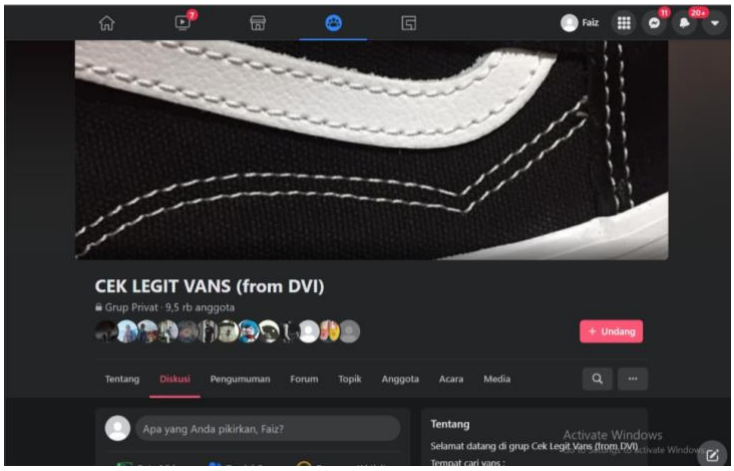
Menurut Hakim, dengan adanya komunitas sangat membawa dampak yang baik dan menguntungkan. Hakim juga menyukai sepatu dengan harga yang cukup tinggi namun koleksi yang rare atau special *edition.* Untuk mendapatkan sepatu koleksi ini memang memerlukan perjuangan yang cukup berat, seperti harus mencari beberapa informasi yang terpercaya, harus meyakini bahwa informasi tersebut terpercaya dan tidak melakukan penipuan. Dengan adanya komunitas, semua proses transaksi mulai dari pencarian retail atau sekedar informasi dengan mudah di dapatkan. Sehingga peran komunitas sangat berpengaruh terhadap kehidupan sosial para pecinta sneakers khususnya Vans.

OTWYK tergabung dalam beberapa *fanpage* di facebook yang digunakan untuk beberapa keperluan atau kebutuhan seperti kebutuhan jual beli, sharing obrolan ringan bersama sesama anggota atau untuk edukasi mengenai sepatu (ke orisinalitas sepatu, toko yang *trusted* dalam menjual sepatu, *treatment* yang baik dalam merawat sepatu dll). Vanshead Kaskus, Cek Legit Vans (from DVI), Daily Vans Indonesia merupakan contoh

fanpage dari Vanshead yang mana komunitas OTWYK tergabung didalamnya, sehingga banyak anggota dari OTWYK yang ikut berinteraksi didalamnya. *Fanpage* ini dibuat untuk mempermudah anggota ataupun masyarakat facebook yang memang membutuhkan informasi tertentu sehingga lebih cepat dan efektif dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan.



Gambar 3.18 Akun facebook VANSHEAD (kebutuhan jual beli)
Sumber : https://www.facebook.com/groups/394201944009497

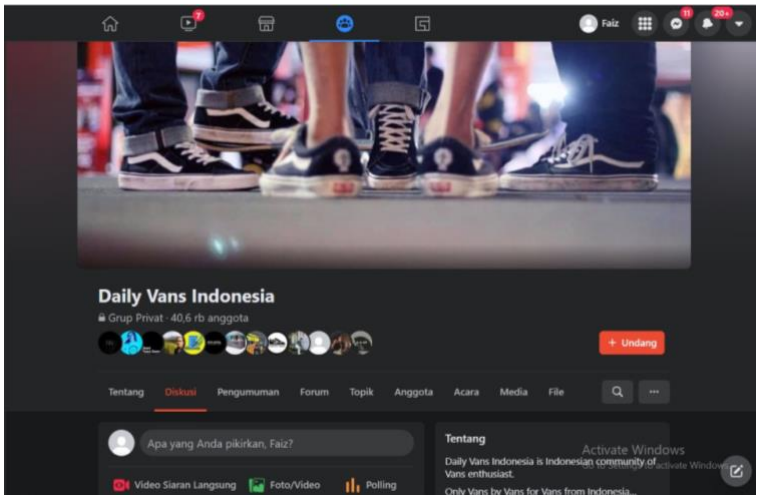


Gambar 3.19 Akun facebook VANSHEAD (informasi ke orisinal sepatu)
Sumber : https://www.facebook.com/groups/1418697954959813

> "Kalo itu bisa sih mas, kaya kita gabung komunitas jadi pasti banyak ketemu orang yang beberapa punya banyak pengalaman dan relasi yang lebih luas.. Kaya misalnya kita lagi butuh informasi mengenai jual beli vans, nah dengan adanya komunitas ini jadi membantu banget menjadi wadah untuk ga

cuma dapetin keuntungan pribadi, tapi juga bisa jadi berbagi informasi satu sama lain gitu mas." **(Yogi)**

Menurut Yogi, dengan adanya komunitas tidak hanya dapat menjadi sarana informasi tetapi juga mampu menjadi relasi yang kuat dan luas. Komunitas menjadi sarana dimana menjadi perkumpulan beberapa individu yang memiliki kesamaan dan ketertarikan. Tidak hanya mengenai sepatu, komunitas juga bisa menjadi wadah untuk sharing mengenai hal lain, seperti perkembangan brand local, kehidupan social dari kampus yang berbeda dan lain-lain. Sehingga, komunitas menjadi wadah yang tepat dalam menyampaikan pertanyaan, aspirasi serta keluhan mengenai kehidupan sosial khususnya dalam dunia *fashion.*



Gambar 3.20 Akun Facebook untuk kebutuhan sharing kepunyaan sepatu Vans
Sumber : https://www.facebook.com/groups/356398211168912

"Makna komunitas Vans, kita di komunitas vans di OTWYK ga cuman membahas tentang sepatu doang, kita bahas tiap kumpul bahas sepatu kan juga *boring*. Kita juga ada istilahnya entah temen ada yang bikin brand ya kita support bantu. Terus pembicaraan tentang istilahnya "wah aku lulus nih mau kerja dimana?" masih banyak lah temen temen yang sudah punya bisnis yaudah kita istilahnya bisa masuk dengan mudah, maksudnya udah ada orang yang bantuin." **(Luki)**

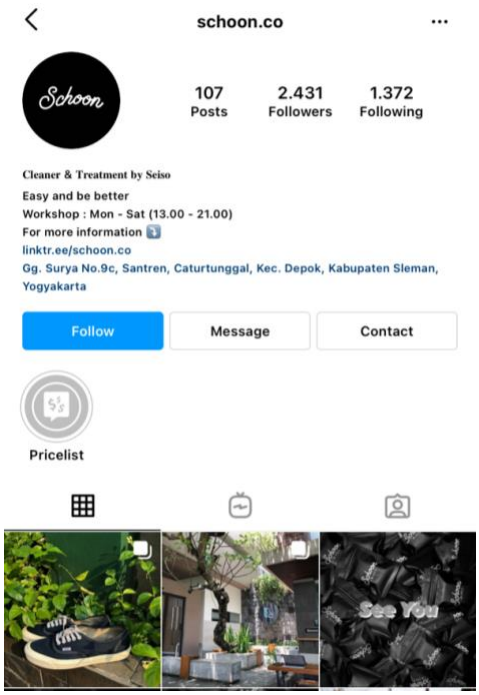
Menurut Luki, dengan adanya komunitas, tidak hanya membantu dalam proses transaksi jual beli mengenai sepatu Vans, atau hanya membahas Vans. Tetapi juga menjadi media untuk curhat atau sekedar oborolan singkat

ringan seperti penting dan tidak penting. Bisa juga menjadi sarana untuk membantu sesama anggota, apabila ada kesusahan atau sedang memerlukan bantuan. Sehingga dengan adanya komunitas sama saja mempunyai persahabatan yang baru.

> **"**Untuk mendapatkan reputasi di komunitas banyak sih mas entah itu untuk jualan cari jati diri agar bisa diakuin di circle nya soalnya kan masuk di komunitas OTWYK kita ada kemudahan misalkan kita kan di komunitas ada member, nah dengan member itu entah buat nyuci sepatu entahitu buat belanja di toko-toko yang berkaitan dengan komunitas itu kita dapet diskon." **(Daffa)**

Menurut Daffa, dengan tergabung menjadi suatu anggota dari komunitas kita memperoleh member atau tanda jadi bahwa resmi menjadi anggota. Member tersebut yang mampu menjadi sebuah keuntungan di kemudian hari. Misalnya di suatu tempat usaha pencucian sepatu yang menjadi mitra dalam komunitas ataupun bukan bisa memberikan diskon atau potongan secara cuma-cuma kepada anggota komunitas tersebut. Terdapat juga beberapa toko yang mungkin sudah bekerja sama dengan komunitas tentu memiliki *link* khusus dalam mempermudah proses transaksi jual beli.

Berikut merupakan akun Instagram salah satu *cleaner and treatment* di Yogyakarta yang sering bekerja sama dengan OTWYK di beberapa event seperti salah satu nya kegiatan giveaway ***vans slip on og navy*** dalam rangka memperingati *anniversary* pertama komunitas OTWYK



Gambar 3.21
Akun Instagram @schoon.co
Sumber : Instagram @schoon.co



Gambar 3.22
Giveaway OTWYK x SCHOON.CO
Sumber : Instagram @schoon.co



Gambar 3.23
OTWYK menjadi sponsor di Event Jogja Sneaker Market
Sumber : https://images.app.goo.gl/Wmrs2YiSF22rPAUn7

> **“**Manfaat lumayan banyak sih mas, kalo dari saya pribadi yaa tentunya untuk mencari Vans udah agak mendingan maksudnya ga sesulit jaman dulu, misalkan aku dapet nih sepatu dari jepang, cuman aku gabisa masukin. Masih banyak temen temen di komunitas yang bisa jadi entah itu forwarder entah itu hand carry yang bisa masukin cuman kita bayarnya udah ga seharga resell dari pasaran maksudnya dapet harga yang oke lah.” **(Aloy)**

Menurut Aloy, dengan adanya komunitas menjadi bukti bahwa perkembangan teknologi fashion semakin maju dan mempermudah hal apapun. Bisa jadi sarana penyampaian informasi dengan lancar.

> “Pengorbanannya saya sampe thailand untuk mendapatkan vans Wtaps, Vans kolaborasi dengan Wtaps yang rilisan pertama itu yang sama pentagram. ada bayar Thailand istilahnya aku udah kontak kontakan lah disini. 2017 isitilahnya udah deal nih dengan harga waktu itu 2000 baht sekitar cuman 1 juta, cuman itu kondisinya udah use udah ada cracking-cracking, tapi menurutku yaudah gapapa. Yang penting aku dapet barang masih bisa dipake yaudah.” **(Luki)**



Gambar 3.24 Vans Wtaps Pentagram
(Sumber : https://images.app.goo.gl/X8Ew358xD47rK18z5)

Menurut Luki, ketika sudah melakukan pengorbanan entah dalam bentuk materi, tenaga, ataupun waktu bagaimana pun kondisi sepatu nya masih bisa terbayarkan. Karena memang ketika memiliki koleksi sepatu yang *rare* menimbulkan *pride* atau kebanggan tersendiri, sehingga orang lain juga tidak tahu apabila kita menggunakan sepatu yang *second* atau tidak, yang orang tau itu adalah koleksi yang *rare* atau susah ditemukan. Melalui komunitas juga bisa menimbulkan suatu transaksi yang mempermudah proses, yaitu dampak dari tergabung menjadi suatu *member* atau anggota dari komunitas.

> **“**Cerita dikit waktu itu juga naksir sama suatu model sepatu Vans yang bisa terbilang cukup rare, nah waktu itu dapetnya susah soalnya special edition gitu, nah akhirnya bisa dapet karena waktu itu kan ada grup facebook mas, nah dapet informasi nya dari situ mas. Kaya grup komunitas jual beli gitu mas” **(Hakim)**

Menurut Hakim, mengumpulkan informasi dan memperluas relasi juga merupakan suatu bentuk usaha. Relasi serta informasi juga bisa didapatkan karena sudah tergabung menjadi anggota dari suatu komunitas, maka mampu memperoleh tujuan atau keinginan yang ingin dicapai sebelumnya.

BAB IV
PEMBAHASAN

Fashion sebenarnya merupakan suatu hal yang sebagian orang tidak dapat memahaminya, karena *fashion* adalah segala hal tentang mengekspresikan diri sendiri, di mana setiap individu memiliki kepribadian yang unik dan tidak dapat dengan mudahnya dimengerti seseorang. Pernyataan di atas berkaitan erat dengan *fashion* sebagai komunikasi. Apa yang seseorang pilih untuk dipakai, melambangkan bagaimana orang tersebut melihat dunia, dan bagaimana orang tersebut ingin dilihat dunia, yaitu presentasi visual seseorang terhadap dunia eksternal (Corner, 2014). *Fashion*, tidak hanya mengekspresikan pesan, tetapi juga menjadi dasar relasi sosial, sehingga kultur dan praktik-praktik dan produk-produk tersebut tidaklah "diturunkan", dari tatanan sosial yang sudah ada di sana. Melainkan praktek-praktek dan produk-produk tersebut merupakan "unsur-unsur utama dalam pembentukannya" (Williams, 1981: 12-13).

Dari temuan yang sudah didapatkan, pembahasan dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa pada teori Fashion Studies, setiap individu memiliki kepribadian yang berbeda, dimana setiap orang memiliki pendangan yang didasari oleh suatu hal. Pandangan ini menyebabkan penerimaan yang berbeda pula pada orang lain. *Fashion* menjadi hal yang tidak mampu dipahami oleh sebagaian orang karena sejatinya *fashion* adalah bagaimana mengenai cara mengekspresikan diri sendiri, dan setiap individu memiliki kepribadian yang unik, dan tidak semua orang memahaminya. Terdapat beberapa individu yang menyukai Vans karena memiliki background penyuka band tertentu yang melakukan kolaborasi dengan brand Vans, menyukai vans dengan mengaitkan suatu hal yang jarang orang pikirkan mengenai model sepatu Vans. Sehingga, dalam penelitian ini terlihat bahwa *fashion* sudah menjadi bagian dari komunikasi, apa yang dipilih oleh orang lain menunjukkan bagaimana orang tersebut ingin dilihat dan melihat orang lain.

Dari temuan yang ada juga dapat diketahui bahwa keberadaan Vans juga menjadi alasan beberapa orang untuk tetap loyal, tapi juga tidak sepenuhnya dapat dirasakan oleh beberapa orang. Menjadi penyuka atau bahkan penggila Vans juga tidak menutup kemungkinan untuk mencoba peluang merasakan atau memiliki sneakers

dengan brand lain. Hal ini sesuai dengan teori *fashion studies*, yakni fashion adalah segala hal tentang mengekspresikan diri sendiri, setiap orang memiliki hak kebebasan masing-masing dengan porsi yang sama dan tidak terbatas untuk mencoba ataupun memiliki koleksi lainnya.

Melalui penelitian yang sudah dilakukan peneliti, dapat diketahui bahwa setiap individu memiliki citra diri tertentu yang ditunjukkan kepada orang lain. Citra diri ini dihasilkan dari gambaran visual individu melalui tindakan, namun tidak dihasilkan melalui kalimat ataupun frasa yang diciptakan. Dengan adanya citra diri ini mampu membuat motivasi bagi individu tersebut yang menambah kualitas serta kehidupan sosial yang terjadi di kehidupan sehari-hari. Citra diri ini dibentuk melalui kesadaran penuh yang akhirnya membuat pandangan serta pikiran orang lain. Citra diri juga mampu dipengaruhi oleh orang lain dan lingkungan. Sekarang ini, banyak influencer fashion yang juga turut memberikan referensi terkait fashion atau brand yang cocok untuk dipakai di masa-masa milenial seperti ini. Dengan adanya influencer fashion ini juga mampu membuka pandangan individu secara luas untuk lebih fokus dan tertarik untuk terjun ke dalam dunia fashion. Menerima kritikan atau komentar orang lain terkadang memang dibutuhkan selama komentar tersebut bersifat membangun dalam artinya tidak berupa hinaan ataupun cibiran.

Berpegan*g* pada pandangan orang lain mampu membuat evaluasi tersendiri terhadap diri masing-masing, seperti dalam hal bagaimana menentukan pasangan pakaian yang cocok digunakan untuk di suatu situasi, memilih warna yang cocok untuk suatu suasana. Melalui evaluasi ini juga yang akan menentukan bagaimana dirinya di kenal di lingkungannya seperti termasuk ke dalam suatu golongan.

Dengan keberhasilan maupun kegagalan yang telah diciptakan, menghasilkan golongan dalam citra diri, antara lain :

1. **Golongan Citra Diri**

   Dalam penelitian ini, contoh citra diri positif yang terlihat adalah semua narasumber merasa nyaman menggunakan Vans dengan atau tanpa menggunakan alasan tertentu. Perasaan nyaman ini menciptakan lingkungan yang nyaman pula, teman-teman sepermainan yang juga ikut merasakan aura positif yang diciptakan oleh individu tertentu. Ini menyatakan bahwa melalui pengunaan suatu brand atau Vans mampu menciptakan perasaan nyaman tersendiri dan juga mampu memperlihatkan tidak semua brand atau

jenis *fashion* tertentu mampu menghasilkan perasaan nyaman sebagaimana yang dirasakan ketika menggunakan sepatu brand Vans.

2. Faktor yang Mempengaruhi Citra Diri Positif

Ketika melakukan penelitian, peneliti melihat bahwa faktor yang dialami tiap individu berbeda. Terdapat beberapa individu yang telah melalui kesuksesan atau kegagalan yang membuat citra diri mereka terbentuk. Orang yang mampu menerima bagaimana dirinya dengan baik mampu menghasilkan citra diri positif, sedangkan orang yang kurang bisa menerima dirinya dengan baik menghasilkan citra diri negatif. Dalam penelitian ini citra diri yang terbentuk adalah citra diri positif yang dipengaruhi oleh dua faktor yang berasal dari dalam diri dan juga dari luar individu, yakni dijelaskan sebagai berikut :

i. Faktor intrinsik atau faktor dari dalam diri individu.
   Seperti rasa percaya diri, potensi, kelebihan dan kekurangan dalam diri. Individu akan lebih merasa nyaman ketika menggunakan sepatu Vans ketika diri dia sudah siap atas kepercayaan diri nya dan siap atas komentar orang lain atas dirinya. Ditemukan bahwa narasumber mampu memanfaatkan kepercayan diri nya atas perilaku yang baik, mampu memaksimalkan potensi yang dimiliki dirinya atas pengakuan orang lain yang baik yang akhirnya membuat citra diri positif nya terbentuk.

ii. Faktor ektrinsik berupa kegiatan sosial, lingkungan sosial, internal dan eskternal.
   Citra diri juga dipengaruhi oleh lingkungan luar yaitu seperti lingkungan pertemanan, media sosial dan lain-lain. Memilih teman atau lingkungan juga menjadi hal penting dalam perkembangan citra diri. Berteman dengan individu yang

memiliki selera *fashion* yang sama tentu akan membuat pertemanan semakin kompak dan lebih mudah menyesuaikan pergaulan. Narasumber dalam penelitian ini memiliki pergaulan yang berbeda-beda, ada yang memiliki pergaulan dengan sesame penyuka musik dan ada yang hanya bergaul dengan teman semasa kuliah yang hanya menjadi teman sepermainan. Banyaknya teman yang sering mengunggah beberapa momen ketika menggunakan Vans juga menjadi faktor tersendiri bagi beberapa individu. Melalui hal ini yang membuat motivasi tersendiri untuk tetap bertahan dengan komitmen sendiri atau mencoba keluar dari zona nyaman dengan mengikuti selera *fashion* orang lain. *Fashion* merupakan hal yang relatif sehingga tentu setiap individu memiliki pandangan dan selera yang berbeda.

3. Komponen Citra Diri

Menurut Jersild, dalam citra diri mempunyai tiga komponen yang dijelaskan sebagai berikut :

i. *Perceptual Component*

Dari penelitian ini bisa dilihat bahwa seseorang mengenal dirinya dengan menunjukan penampilannya di depan orang lain. Dengan menunjukkan penampilan ini membuat daya tarik tersendiri bagi orang lain. Terlebih individu itu memiliki wajah yang tampan atau cantik yang memberikan daya tarik lebih bagi orang lain. Dalam hal ini, peneliti menemukan daya tarik tersendiri yang ditunjukkan oleh narasumber Yogi, Daffa dan Hakim yang memang menunjukkan nya hanya untuk kepuasan sendiri dan ingin menyampaikan bahwa mereka termasuk individu yang mengerti dan mengikuti perkembangan dunia fashion. Ini tentu akan membuat orang lain yang juga mengerti fashion bisa lebih menilai mereka tergolong ke dalam penyuka vans yang seperti apa berdasarkan pandangan diri dia sendiri. Sehingga, daya tarik tidak hanya disampaikan melalui wajah

atau rupa, namun memiliki kemungkinan bagaimana fashion yang dipilih akan berpengaruh terhadap wajah individu tersebut.

ii. *Conceptual Component*

Komponen ini identik dengan identitas yang khas atau ciri pribadi yang hanya dimiliki oleh individu tersebut. Seperti misalnya kekurangan, ketidaktergantungan, dan potensi yang dimiliki nya. Peneliti menemukan narasumber Aloy memiliki komponen ini karena terlihat dari individu tersebut lebih memilih untuk menggunakan sepatu yang rare disbanding sepatu yang *mainstream* atau lebih sering dipakai dan dikenali oleh orang ini. Dalam hal ini, tentu narasumber Aloy memiliki resiko seperti sepatu yang digunakan tidak dikenali orang lain, dan ini menunjukkan bahwa citra diri yang dihasilkan Aloy tidak diciptakan dari seberapa kenal orang lain atas sepatu yang digunakan tetapi lebih kepada justru seberapa banyak orang yang tidak mengenali sepatu itu membuat Aloy merasa lebih percaya diri atas apa yang digunakan nya.

iii. *Attitudinal Component*

Komponen ini berkaitan dengan bagaimana perasaan individu terhadap dirinya sendiri, serta pandangan individu terhadap orang lain. Seperti perasaan bangga dan rasa malu terhadap dirinya sendiri di masa sekarang atau di masa yang akan datang. Seperti keyakinan, aspirasi, dan komitmen. Dalam penelitian ini, terlihat bahwa Luki memiliki rasa bangga ketika menggunakan sepatu rare dengan koleksi kolaborasi dengan band tertentu, tentu akan menimbulkan perasaan bangga jika menggunakan nya secara umum terlebih jika orang lain juga mengagumi sosok band yang mengeluarkan kolaborasi bersama Vans tersebut. Sehingga ini terlihat bahwa citra diri dapat dirasakan tidak hanya di

masa sekarang tetapi juga bisa di masa yang akan datang, ketika semua orang mencari Vans dengan koleksi kolaborasi band yang di kemudian hari akan jarang atau sedikit yang menggunakan namun banyak orang yang memburu atau mencari nya.

Citra diri juga dapat dilihat dari bagaimana ia memilih brand atau model sepatu yang digunakan, terdapat sebagian orang yang lebih memilih rare hanya untuk memuaskan diri sendiri dengan menerima konsekuensi serta usaha yang diterima. Kebanyakan individu menjelaskan bahwa pesan yang ingin disampaikan melalui Vans adalah untuk dirinya sendiri seperti untuk memuaskan perasaan sendiri atau ada juga yang ingin menunjukkan kepada orang lain bahwa individu tersebut merupakan individu yang mengikuti zaman dan mengikuti trend yang ada.

Tidak ada yang salah ataupun benar dalam penafsiran suatu pesan karena apapun yang bersifat relatif, seperti fashion semuanya adalah hal tentang selera sehingga ini yang akan menentukan bagaimana peran dan kondisi social kedepannya. Budaya adalah kata yang bersifat relatif atau memiliki perbedaan makna pada setiap individu. Di dalam buku seri nya Borin Van Loon dan Richard Osborne mengkaji hal-hal yang bisa dalam dalam kebudayaan, antara lain : (Osborne, Van Loon, 2005:139) :

1. Norma, ide dan bagaimana cara di dalam suatu masyarakat
2. Semua sarana komunikasi, seni, benda-benda material, dan objek-objek, yang sama-sama dimiliki oleh suatu masyarakat. Pengembangan pikiran, peradaban dan cara belajar masyarakat.
3. Cara hidup yang dianut oleh kelompok budaya tertentu.
4. Praktik-praktik yang menghasilkan makna dalam suatu masyarakat (yang menandakan praktik tersebut).

Peneliti menemukan beberapa hal dalam kebudayaan ketika melakukan penelitian, yaitu sebagai berikut :

Cara hidup yang dianut oleh kelompok budaya tertentu dapat terlihat dari beberapa komunitas anak skate yang mayoritas menggunakan Vans sebagai sepatu kesehariannya. Ini berasal dari produksi Vans yang awalnya memang diperuntukkan kepada olahraga-olahraga extrem seperti skate, bmx. Sehingga

awal mula ini yang akhirnya dilanjutkan dan menjadi cara hidup tertentu. Ditambah pula anak skate dikenal sebagai individu yang *up to date*, di dukung pula Vans menawarkan model-model yang menyesuaikan jaman.

Menurut teori Van Loon dan Sardar (Sardar, Van Loon, 2005:9) yang membahas mengenai ciri dalam memberi batasan pada cultural studies, peneliti telah menemukan beberapa ciri yang ditemukan ketika melakukan penelitian, antara lain :

1. *Cultural studies* atau kajian budaya berperan sebagai penengah dalam menyelesaikan permasalahan budaya dengan kekuasaan. Tujuan *cultural studies* ialah menganalisa masalah dari segi kebudayaan dan kaitannya dengan kekuasaan serta membahas mengenai hubungan saling mempengaruhi antar keduanya. Dari banyak permasalahan serta perdebatan yang terjadi di dalam kehidupan fashion salah satunya adalah munculnya brand local yang di satu sisi menjadi inovasi baru bagi pecinta sneakers, namun di satu sisi lainnya menjadi ancaman. Masalah yang terjadi juga melibatkan Vans, seperti desain yang digunakan menyerupai Vans yang cepat atau lambat mampu mempengaruhi posisi Vans sebagai brand sepatu. Namun hal ini tidak dirasakan oleh beberapa individu, keberadaan brand local tidak akan mampu menggantikan posisi Vans.
2. *Cultural Studies* tidak hanya membahas tentang budaya namun juga mengaitkan tentang masalah sosial dan politik. OTWYK tidak hanya membahas mengenai budaya namun juga membahas mengenai masalah sosial dan politik. Dijelaskan bahwa masalah social yang terjadi adalah adanya *gap* antara pengguna Vans dan bukan pengguna Vans. Masalah politik yang terjadi adalah banyaknya drama yang terjadi selama proses produksi, pemasaran dalam perkembangan brand local.

Politik ini dilakukan untuk mencapai keuntungan pribadi. Sehingga masing-masing dari anggota suatu brand (baik dari anggota pengguna Vans atau bukan) saling menguatkan ideologi masing-masing untuk tetap mempertahkan

serta mempengaruhi pemikirannya agar dapat diterima dan diikuti oleh individu lain diluar golongannya.

Citra dalam komunitas OTWYK itu dapat dilihat dari kegiatan yang secara rutin dilaksanakan, baik dalam lingkup masyarakat umum atau pecinta sneakers. Banyaknya fanpage yang dibentuk oleh OTWYK ini menjadikan ruang untuk pecinta sepatu Vans dalam menambah edukasi dan relasi. Hal ini tentu berpengaruh terhadap citra yang positif dari komunitas.

Dalam hal ini, komunitas OTWYK *(Off The Wall Yogyakarta)* juga melakukan dua tahapan dalam mendukung kinerja dalam rangka memberikan citra positif, antara lain :

1. Melakukan perencanaan program pencitraan berdasarkan informasi yang didapatkan, dan menjadikannya sebagai saran dalam pengambilan keputusan untuk kegiatan aktivitas selanjutnya. Kegiatan yang direncakan, salah satunya adalah kegiatan gathering yang menjadi kegiatan rutin setiap tahunnya. Kegiatan ini meliputi *sharing session, game*, dan *giveaway.* Karena kegiatan ini merupakan kegiatan dengan lingkup luas (satu Indonesia) menjadi kegiatan yang sangat dinantikan oleh anggota sehingga perencanaan kegiatan ini harus matang agar mampu menciptakan kegiatan yang sesuai dengan tujuan dan tetap mempertahankan nama baik komunitas.
2. Melakukan kegiatan yang sudah direncakan dan mengkomunikasikannya kepada public secara sistematis sehingga dapat membentuk persepsi publik yang baik. Seperti banyaknya kegiatan yang dilakukan salah satunya adalah *Game Of Skate.* Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sudah direncakan dan dilakukan oleh pihak OTWYK, ketika semua rencana sudah siap akan dikomunikasikan kepada publik. Tujuannya adalah untuk dapat memberikan kesan dan citra positif kepada audiens yang bukan menjadi anggota komunitas. Citra yang dibentuk juga dapat berupa sikap yang terbuka kepada audiens tidak hanya kepada anggota komunitas tersebut.

Dari temuan yang sudah dijelaskan, maka dapat diketahui bahwa komunitas OTWYK (*Off The Wall* Yogyakarta) merupakan suatu perkumpulan yang berasal dari pengguna internet untuk membuat suatu jaringan hubungan personal. Dimulai dari kaskus, hingga membuat kegiatan-kegiatan terencana di kehidupan nyata. Komunitas ini dibentuk atas adanya kesamaan ketertarikan yaitu suatu brand yang sering dikenal sebagai Vans. Individu dalam suatu komunitas juga dapat aktif bersamaan dan hilang dalam waktu yang tiba-tiba, karena memang dalam tergabung di suatu komunitas tidak ada ikatan yang resmi dimana mengharuskan anggota nya tetap bertahan selamanya.

Menjadi sebuah anggota dalam komunitas membuat relasi serta makna baru dalam diri. Ketika berkumpul dapat dirasakan manfaat dari setiap individu yang tergabung, baik berupa manfaat yang terlihat ataupun tidak. Seperti hal nya informasi yang bisa di dapatkan dengan adanya relasi social yang terbentuk dari adanya suatu komunitas, mendapatkan keuntungan materi karena menjualkan beberapa produk melalui transaksi jual beli yang dilakukan oleh komunitas, atau hanya sekedar menjadi teman cerita, ngobrol ringan dengan teman sejiwa.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Fashion menjadi hal yang tidak mampu dipahami oleh sebagaian orang karena sejatinya *fashion* adalah bagaimana mengenai cara mengekspresikan diri sendiri, dan setiap individu memiliki kepribadian yang unik, dan tidak semua orang memahaminya. Terdapat beberapa individu yang menyukai Vans karena memiliki background penyuka band tertentu yang melakukan kolaborasi dengan brand Vans, menyukai vans dengan mengaitkan suatu hal yang jarang orang pikirkan mengenai model sepatu Vans. Sehingga, dalam penelitian ini terlihat bahwa *fashion* sudah menjadi bagian dari komunikasi, apa yang dipilih oleh orang lain menunjukkan bagaimana orang tersebut ingin dilihat dan melihat orang lain.

Keberadaan Vans juga menjadi alasan beberapa orang untuk tetap loyal, tapi juga tidak sepenuhnya dapat dirasakan oleh beberapa orang. Menjadi penyuka atau bahkan penggila Vans juga tidak menutup kemungkinan untuk mencoba peluang merasakan atau memiliki sneakers dengan brand lain. Hal ini sesuai dengan teori *fashion studies*, yakni fashion adalah segala hal tentang mengekspresikan diri sendiri, setiap orang memiliki hak kebebasan masing-masing dengan porsi yang sama dan tidak terbatas untuk mencoba ataupun memiliki koleksi lainnya.

Hasil dalam penelitian ini adalah citra diri positif yang dipengaruhi oleh dua faktor yakni faktor yang berasal dari diri sendiri (intrinsik) seperti kepercayaan diri, banyak orang yang merasa akan lebih percaya diri atau mampu menghasilkan citra diri positif secara maksimal jika menggunakan sepatu dengan koleksi *rare,* karena pada dasarnya koleksi sepatu vans seri tertentu yang memiliki jumlah terbatas itu menimbulkan kebanggan tersendiri jika memakainya karena terdapat usaha untuk mendapatkan nya, baik itu dari segi harga *resell* yang tidak masuk akal ataupun relasi untuk mendapatkan rilisan tersebut. Begitu pun sebaliknya, banyak juga orang orang yang justru merasa lebih percaya diri jika menggunakan sepatu yang banyak dikenali orang dalam kata lain *mainstream*. Sedangkan faktor ekstrinsik yakni seperti lingkungan pertemanan dan keadaan sosial. Banyaknya teman yang sering mengunggah beberapa momen ketika menggunakan Vans juga menjadi faktor tersendiri bagi

beberapa individu. Hal ini yang membuat motivasi tersendiri untuk tetap bertahan dengan komitmen sendiri atau mencoba keluar dari zona nyaman dengan mengikuti selera *fashion* orang lain.

Komunitas OTWYK (*Off The Wall* Yogyakarta) merupakan suatu perkumpulan orang penggemar sepatu vans yang berasal dari pengguna internet untuk membuat suatu jaringan hubungan personal. Menjadi sebuah anggota dalam komunitas membuat relasi serta makna baru dalam diri. Adapun keuntungan yang bisa didapatkan ketika tergabung dalam komunitas seperti hal nya informasi yang bisa di dapatkan dengan adanya relasi sosial yang terbentuk dari adanya suatu komunitas, mendapatkan "*title*" anggota komunitas OTWYK yang dimana dapat memberikan citra diri ke orang lain bahwa ketika menjadi anggota komunitas penggemar sepatu tertentu dapat memberikan pesan bahwa individu lebih mengerti perkembangan sepatu Vans dibanding individu yang tidak tergabung dalam komunitas. Komunitas OTWYK juga aktif dalam berdiskusi di platform facebook untuk sharing mengenai sepatu Vans, mengedukasi perbedaan sepatu Vans yang original dan yang KW, serta terdapat transaksi antar anggota komunitas untuk jual beli sepatu yang BNIB (Brand New in Box) yang bahkan sepatu dengan rilisan yang tidak dijual di store resmi ataupun sepatu yang *secondhand.*

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain :

1. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti hanya berpusat kepada anggota penyuka Vans di Yogyakarta (OTWYK) tidak membahas komunitas penyuka Vans di daerah lainnya.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijabarkan diatas maka peneliti memiliki usulan dan saran yang diharapkan mampu menjadi pertimbangan bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa lebih mendalam sampai dengan membahas mengenai identitas diri yang terbentuk melalui sebuah penggunaan brand terntentu.

2. Anggota komunitas OTWYK bisa menjadi sarana untuk mengedukasi masyarakat mengenai produk original dan produk tiruan, dan lebih bisa untuk mengedepankan kegiatan kegiatan sosial yang bermanfaat untuk masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

Barata, D. D. (2010). *Fashion Sebagai Strategi Simbolik Komunikasi Non Verbal*. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(1), 45-51.

Barnard, M. (2011). *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta

Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2014). *Fashion dan gaya hidup: identitas dan komunikasi*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *6*(1).

Intyaswati, D., & MBP, R. L. (2017). Peningkatan Eksistensi Blogger Melalui Komunitas Virtual. *Jurnal The Messenger*, *9*(2), 210-218.

Kezia T P. 2018. *Representasi Fashion Culture Dalam Digital Media HYPEBEAST*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya : Diterbitkan

Krisnandinto, A.P. 2017. *Strategi Komunikasi Komunitas Keroncong Irama Tongkol Teduh dalam Upaya Membangun Citra Baik*. *Skripsi*. Program Studi Ilmu Komunikasi. Yogyakarta

Lestari, S. B. (2014). *Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa*. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, *14*(3), 225-238.

Maghfiroh, T. (2007). *Konsep diri anggota Komunitas Punk Malang: Studi deskriptif* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Moleong, Lexy. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA

Mulyadi, U. (2018). Tanda Pagar (#) Sebagai Identitas Pesan Pada Komunitas Virtual.

Raco, J. (2010). *Metode Penelitian Kualitaitf*. Jakarta: Gramedia Widiasarana

Sneakersholic (2014). *Sejarah Sepatu Vans : Segala Yang Menjadi Besar Bermula Dari Hal Kecil.* www.sneakersholic.com/2014/10/the-vans-history Diakses pada 28 Maret 2020

Storey, John. (2006). Cultural Studies Dan Kajian Budaya Pop. Bandung: JALASUTRA

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Trisnawati, T. Y. (2016). *Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. Jurnal The Messenger*, *3*(2), 36-47.

Wiana, W. *FASHION AS A LANGUAGE OF NON VERBAL COMMUNICATION*.

Yohana, N., & Wulandari, T. (2014). Perilaku Komunikasi Kelompok Komunitas Virtual Kaskus Regional Riau Raya. *E-Jurnal Komunikasi Universitas Riau*, *17*, 117-128.

Yunus, M. (2020). *Citra Diri Mahasiswa Islam Surabaya di Instagram* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

LAMPIRAN

Draft Pertanyaan

1. Mas sejak kapan sih pake sepatu vans?
2. Masnya tau vans awal nya darimana sih mas?
3. Apasih mas yg membuat mas itu bertahan untuk pake sepatu vans sampe sekarang?
4. Mas nya ngoleksi vans itu sepatu doang atau ada barang2 yg lain mas? Kayak snapback, t-shirt, tas??
5. Model sepatu vans yg kayak gimana sih mas yg mas suka? Model slip on kah? Atau yg high atau model collabs, atau yg seri classic?
6. Mas nya lebih milih model nya tu rare dengan harga selangit atau model mainstream tapi harga terjangkau?
7. Klo misal pilih yg rare, susah ga sih mas dapetinnya?
8. Terus gimana menurut mas tentang orang yg bilang kalo pake vans itu mainstream dan cendurung hanya ikut2an?
9. Mas nya ada punya sepatu lain ga selain vans?
10. Mas nya termasuk orang yang pro atau kontra ya mas terhadap perkembangan brand lokal saat ini, khususnya sepatu?
11. Kalo pro, apakah brand lokal bisa menggantikan brand vans dimata pecinta vans sendiri?
12. Kalo kontra, apa sih yg mas ga temui di sepatu lain?
13. Nah dengan adanya brand lain yang niru vans, apa mas ada keinginan untuk mencoba sepatu lain?
14. Kalo tidak, Apasih yg membuat mas jatuh cinta bgt sama sepatu vans?
15. Menurut mas, berarti vans itu lebih punya identitas bagi si pemakai nya ya mas?
16. menurut mas ketika orang pake vans itu ada pesan yang ingin disampein ga ya mas? Dan seperti apa?
17. Mas nya kadang suka ngeracunin temen yg belum pake vans untuk pake sepatu vans ga sih mas?
18. Menurut mas, apakah dengan menggunakan sepatu vans bisa meurbah relasi sosial?

Transkrip Wawancara

Nama	**Hakim**
Jenis Kelamin	**Laki-laki**
Pekerjaan	**Mahasiswa**
Peran	**Narasumber selaku anggota OTWYK**

P	Selamat malam mas, minta tolong perkenalkan diri
N	Saya hakim dari OTWYK
P	Oke mas. Mas nya pake vans sejak kapan ya mas?
N	Jadi aku itu pake vans dari SMP, soalnya waktu SMP itu ya awal-awal tau dunia luar lah gitu, istilah nya baru kenal brand, tapi ya cuma hanya sekedar tau aja gitu.
P	Baik mas. Kalo mas nya sendiri tau vans darimana ya mas? Dari temen, saudara atau media social gitu ya mas?
N	Jadi dulu ikut komunitas skateboard gitu, nah itu semua pada pake sepatu vans. Soalnya kan vans kebanyakan buat skate gitu mas.
P	Berarti mas nya anak skateboard nih mas?
N	Engga sih mas, Cuma main-main aja.
P	Trus apa sih mas yang buat mas bertahan pake sepatu vans?
N	Karena nyaman sih mas, yang paling penting itu nyaman sih mas.
P	Kalo urusan desain gimana mas?
N	Kalo desain banyak kan desain vans yang collab collab gitu sama brand tertentu gitu kan, itu yang jadi nilai plus tersendiri untuk sepatu itu sih mas.
P	Mas nya ngoleksi vans itu, cuma sepatu atau ada yang lain mas kaya topi, tas, shirt? Atau bahkan sampe kaos kaki nya gitu mas?
N	Kalo itu sih, sepatu nya aja sih mas.
P	Model sepatu vans yang mana yang mas suka? Slip on, collab high atau seri classic?
N	Kalo buat model sih suka yang simple sih mas kaya slip on kan lebih nyaman tapi kalo untuk skate sih enakan yang memang diperuntukan kesitu mas.

P	Mas nya lebih milih modelnya itu rare tapi harga selangit atau mainstream tapi harga masih terjangkau?
N	Yang penting kena di hati, kalo menurut ku bagus, ya udah beli. Jadi ga semua yang harga tinggi tuh kena di hati gitu mas.
P	Nah apa mas nya punya sepatu koleksi yang rare ya mas?
N	Ada mas
P	Nah apa mas ada perjuangan untuk dapetin itu ga ya mas? Seperti berburu atau nyari kesana kesini gitu mas?
N	Kalo itu sih dulu dapetnya susah soalnya special edition gitu, dulu dapetnya itu kan ada grup facebook gitu kan mas, nah dapet informasi nya dari situ mas. Kaya grup komunitas jual beli gitu mas.
P	Itu kalo boleh tau yang seri apa mas?
N	Seri syndicate mas.
P	Trus bagaimana tanggapan mas tentang orang yang bilang kalo pake vans itu mainstream dan cenderung malah ikut-ikutan mas? Kan banyak tuh mas anak-anak yang awalnya bukan anak skate, tapi ikut-ikutan pake vans. Nah itu menurut mas gimana mas?
N	Ya kalo menurut aku sih ya terserah aja, karena kan sepatu ga cuma buat 1 orang tepi untuk semua orang. Jadi gaada masalah selagi support yang original mas.
P	Mas nya ada punya sepatu selain vans ga ya mas?
N	Ada mas
P	Nah mas nya termasuk orang yang pro atau kontra nih mas sama perkembangan brand lokal khususnya sepatu?
N	Kalo aku pro-pro aja sih mas, soalnya kan itu produk lokal jadi harus dijaga kearifan nya juga gitu mas. Jadi ga melulu kita beli dari luar gitu mas
P	Nah gimana sih mas, tanggapan mas tentang brand-brand local yang desainnya ngikutin atau mirip-mirip vans?
N	Kalo itu sih, setiap tiap sepatu pasti punya treatment nya sendiri gitu mas
P	Apakah brand local bisa menggantikan vans di mata pecinta vans ya mas? Kaya mas nya kan tergabung dalam komunitas pecinta vans. Nah apa brand local bisa menggantikan posisi vans mas?
N	Kalo menggantikan sih engga mas, tapi hanya menambah dan menjadi opsi aja sih mas.

P	Dengan adanya brand yang desainnya mirip vans, apa mas nya ada keinginan untuk mencoba sepatu lain yang mirip-mirip vans mas?
N	Kalo misal ada brand lain yang juga nyaman dan enak dilihat juga gajadi masalah buat hanya sekedar mencoba dan membandingkan mas
P	Berarti menurut mas vans punya arti tersendiri bagi pemakainya ya mas?
N	Iya betul mas, karena signature nya itu lho mas gabisa digantiin
P	Identitas gimana sih mas yang pengen mas tunjukin ke orang lain?
N	Ada mas, untuk pengen nunjukkin aja sih mas
P	Trus pesan apa ya mas yang pengen mas sampein ketika pake sepatu vans?
N	Ada sih mas, pengen jadi ciri khas jati diri sendiri aja mas
P	Mas nya suka ngeracunin temen ga sih mas?
N	Biasanya ngerekomendasiin aja sih mas, karena awet dan nyaman dipake aja gitu
P	Trus apa dengan mas join ke komunitas, mas dapet relasi baru?
N	Iya mas, karena kan ada sharing-sharing gitu mas, jadi bisa dapet pengetahuan gitu. Kalo jual beli juga bisa dapet harga terbaik gitu mas, bisa dapet akses dapat sepatu yang rare gitu mas.
P	Oke mas terima kasih banyak atas waktunya
N	Sama-sama mas.

Nama	**Yogi**
Jenis Kelamin	**Laki-laki**
Pekerjaan	**Mahasiswa**
Peran	**Narasumber selaku anggota OTWYK**

P	Selamat malam mas, minta tolong perkenalkan diri
N	Saya yogi dari OTWYK
P	Oke mas. Mas nya pake vans sejak kapan ya mas?
N	Kalo pake vans nya sih. Saya sejak SMA
P	Baik mas. Kalo mas nya sendiri tau vans darimana ya mas? Dari temen, saudara atau media social gitu ya mas?
N	Kalo tau vans tuh awal-awal tau dari media social, khususnya Instagram dan youtube, dan ada beberapa dari komunitas lain gitu mas.
P	Apasih yang membuat mas tertarik sama vans? Kenyamanan atau siluet desainnya atau ada racun dari luar ya mas?
N	Kalo saya sih, dari kenyamanan yang pertama mas, karena vans tuh pas dipake nyaman, walaupun desainnya terkadang cuma simple tapi malah jadi ga norak gitu mas, jadi kaya elegan tapi tetep enak dipake buat nongkrong, jalan dan kemana aja gitu mas.
P	Berarti kaya cocok untuk dimasukin ke outfit apa aja ya mas?
N	Iyaaa bisa jadi gitu sih mas, tergantung kondisinya.
P	Trus apa sih mas yang buat mas bertahan pake sepatu vans?
N	Yang pertama itu nyaman mas, trus selain nyaman juga, model nya walaupun terkesan sederhana tapi kalo diliat tuh enak di mata, ga norak atau jadul gitu mas. Jadi walaupun yang classic biasa pun tetep keren lah, apalagi kalo kita sering jalan

	pake outfit yang aneh-aneh atau yang ikutin jaman banget lah istilahnya mas. Jadi ga kalah sama jaman lah mas intinya.
P	Mas nya ngoleksi vans itu, cuma sepatu atau ada yang lain mas kaya snapback, tas, shirt? Atau bahkan sampe kaos kaki nya gitu mas?
N	Kalo awal-awal sih sepatu doang mas, jadi kaya istilah nya sepatu lah yang paling penting untuk nentuin outfit, tapi lama kelamaan kaya punya kaosnya, ataupun sama tas nya gitu. Jadi sekarang kaya diperpaduin aja semua mas.
P	Berarti dari vans yang menarik ga cuma sepatu nya ya mas? Berarti ada apparel lain yang menarik ya mas?
N	Iya mas karena ga ngebosenin mas dan vans itu juga menurut saya konsisten, jadi tidak hanya mengunggulkan sepatu atau 1 apparel saja tapi semuanya merata dan saya lihat pasar produk vans juga banyak, tidak semata-mata pasar untuk sepatu vans nya sendiri gitu mas
P	Model sepatu vans yang mana yang mas suka? Slip on, collab high atau seri classic?
N	Kalo model nya, aku pribadi ga mengotak-ngotakin sih mas, maksudnya gak harus 1 model itu melulu gitu mas. Aku sih lebih secara general mas, lebih ke semuanya mas, jadi classic boleh, slip on juga gaada masalah. Jadi, gaada keharusan atau lebih kemana nya sih mas. Malah aku lebih ke kalo bisa punya semua model gitu mas, karena ga ngebosenin dan bisa menyesuaikan situasi dan kondisi aja gitu mas.
P	Mas nya lebih milih modelnya itu rare tapi harga selangit atau mainstream tapi harga masih terjangkau?
N	Kalo aku sekarang sih ga ngincer yang harganya selangit mas, jadi masih kaya mainstream tapi ga cuma satu barang gitu mas, jadi bisa ganti-ganti makenya, apalagi kan mainstream ga dipandang orang bahwa itu norak gitu mas
P	Trus bagaimana tanggapan mas tentang orang yang bilang kalo pake vans itu mainstream dan cenderung malah ikut-ikutan mas? Kan banyak tuh mas anak-anak yang awalnya bukan anak skate, tapi ikut-ikutan pake vans. Nah itu menurut mas gimana mas?
N	Kalo dibilangin mainstream atau ikut-ikutan sih balik ke pandangan orang masing-masing ya mas, jadi kek kalo aku sendiri sih istilah nya bodoamatlah orang mau bilang apa toh juga mereka ga lebih tau dari apa yang kita rasain. Intinya kalo diri kita udah cocok dan nyaman, ga dengerin apa kata orang sih mas
P	Mas nya ada punya sepatu selain vans ga ya mas?

N	Kalo selain vans, pasti ada sih mas. Kalo punya sih punya converse karena kan walaupun kita suka vans, tapi harus punya opsi lain untuk nge cocokin ke outfit lain gitu mas. Walaupun semisal kita pro sama vans juga jangan nutup ke brand lain sih mas, kalo aku kaya gitu mas.
P	Nah mas nya termasuk orang yang pro atau kontra nih mas sama perkembangan brand lokal khususnya sepatu?
N	Ada plus minus nya sih mas, tapi aku lebih dukung sih mas, kaya brand local udah bisa punya inovasi gitu udah bagus sih mas. Jadi walaupun kita seneng pake brand asing, tapi ya suka aja gitu mas kalo liat orang pake brand local, karena berarti brand local udah mulai merajai Indonesia gitu mas. Tapi ada kelemahannya sih mas, aku liat brand local malah lebih ke meniru desainnya gitu mas dan kualitas nya masih kurang, sepatu nya masih norak gitu.
P	Apakah brand local bisa menggantikan vans di mata pecinta vans ya mas? Kaya mas nya kan tergabung dalam komunitas pecinta vans. Nah apa brand local bisa menggantikan posisi vans mas?
N	Kalo menurut pandangan dan diriku sendiri sih kayaknya engga mas, karena isitilah nya kayak brand vans sama brand local itu beda, mereka punya pasarnya sendiri-diri, walaupun ada yang hamper mengalahkan vans itu menurutku tetep ga bisa mas.
P	Ada ga sih mas, sesuatu dari vans yang mas ga temuin di brand lain?
N	Ya itu tadi sih mas, kenyamanan. Untuk segala medan gitu mas, kita mau jalan, di pasir, di aspal, skate juga tetep vans lah yang nomor satu.
P	Dengan adanya brand yang desainnya mirip vans, apa mas nya ada keinginan untuk mencoba sepatu lain yang mirip-mirip vans mas?
N	Kalo untuk pindah, keknya engga mas. Walau desain dan bentuk mirip, tapi rasa nya tetep beda mas. Menurut ku kalo udah nyaman ya udah aja gitu mas.
P	Berarti menurut mas vans punya arti tersendiri bagi pemakainya ya mas?
N	Kalo menurut ku iya sih mas, kita liat dari sepatu nya aja bisa sih mas. Kebanyakan anak-anak vans itu menggambarkan dirinya seperti anak fashion banget dan ngikutin jaman banget gitu mas.
P	Trus pesan apa ya mas yang pengen mas sampein ketika pake sepatu vans?
N	Kalo menurut aku sih, contohnya anak skate dia pengen ngasih tau bahwa dia anak skate. Kalo aku sih pengen nyampein kalo aku tu ngerti fashion, lumayan kenal fashion gitu mas.

P	Mas nya suka ngeracunin temen ga sih mas?
N	Kalo ngeracunin engga secara langsung sih mas, tapi aku pake sendiri aja gitu mas. Karena kan semua balik ke kesadaran masing-masing gitu, jadi ga bakal cocok kalo ga dari diri dia sendiri
P	Trus apa dengan mas join ke komunitas, mas dapet relasi baru?
N	Kalo itu bisa sih mas, kaya kita gabung komunitas jadi pasti banyak ketemu orang yang beberapa punya banyak pengalaman dan relasi yang lebih luas. Jadi penting banget sih mas untuk membangun relasi contohnya dengan bergabung dengan komunitas. Kaya misalnya kita lagi butuh informasi mengenai jual beli vans, nah dengan adanya komunitas ini jadi membantu banget menjadi wadah untuk ga cuma dapetin keuntungan pribadi, tapi juga bisa jadi berbagi informasi satu sama lain gitu mas.
P	Oke mas terima kasih banyak atas waktunya
N	Sama-sama mas

Nama	**Aloy (25 Tahun)**
Jenis Kelamin	**Laki-laki**
Pekerjaan	**Karyawan Swasta**
Peran	**Narasumber selaku anggota OTWYK**

P	Awalnya sejak kapan mas masuk di OTWYK?
N	Jadi awalnya 2013 itu kan berawal dari kaskus, nah aku jadi silent reader dulu. Trus aku ngumpulin temen-temen dari klaten, yang minat lah sama cultural sepatu vans sampe 2016an. Nah setelah itu aku kebanyakan aktivitas di jogja, jadi aku ikut nimbrung di OTWYK dan sampe sekarang masing sering kumpul juga.
P	Mas nya sejak kapan sih pake vans?
N	Sebenernya jaman dulu tuh aku masih ragu mas pake vans
P	Kenapa tuh mas ragu?

N	Dulu tuh aku liat banyak kw nya. Nyari vans juga masih susah dulu. Nah tahun 2014 baru mulai cari-cari vans, tapi aku juga punya idealis sih. Aku ga pengen punya classic core. Nah aku tuh pengen punya yang orang jarang punya. Jadi umpama nya gini, aku punya budget lebih nih, aku bisa beli barang-barang release-an di store, tapi aku gabisa gitu. Aku lebih milih barang nya emang agak murah, cuman bener-bener jarang orang pake. Jadi dulu tuh aku ngumpulin vans-vans release-an 2010 kebawah.
P	Mas nya awal tau vans darimana mas?
N	Dari kaskus itu tadi mas.
P	Pertamanya tu tertarik sama dunia fashion khususnya vans atau ga sengaja ketemu gitu trus suka sama vans?
N	Awalnya sih dulu mas 2012, udah make produk kaya quicksilver. Awal-awal nyari di kaskus ada yg jual gak, sepatu-sepatu hiphop, trus nemu vans, trus aku liat-liat ternyata vans ada collabs sama band, seniman, film kok kayaknya menarik ya. Trus mulai ngulik nya tu mulai 2012-2013 gitu.
P	Mas nya sekarang masih pake vans gak?
N	Kalo sekarang gak punya mas.
P	Dulu tuh mas nya ngoleksi vans, ada barang lain ga selain sepatu? Kaya shirt gitu
N	Kalo aku sih basic nya emang suka sepatu, kalo buat jaket kaos itu aku lebih suka yang polos-polos aja.
P	Oh biar lebih stand out gitu ya mas di sepatu nya. Model sepatu yang gimana sih mas yang mas suka?
N	Kalo aku sih lebih prefer ke oldschool ya mas modelnya.
P	Kenapa tuh mas sama oldschool?
N	Kalo oldschool tuh dipake nya enak, kenceng gitu mas. Antara nyaman dipake sama looks nya tu enak.
P	Mas nya tuh lebih milih sepatu yang rare tapi harga selangit atau b aja banyak orang pake tapi harganya murah?
N	Ya itu tadi, yang intinya yang ga dipake banyak orang.
P	Berarti mas nya ada pengorbanan untuk dapetin sepatu yang mas pengen in?
N	Ada, pas jaman kuliah sih. Pas jaman kuliah kita tuh sering ngurangin pengeluaran buat jajan sama makan, ya mungkin kayak yang lain jajan, kita ga jajan, mungkin gini mas pas jaman kuliah dikasih uang sangu tuh, pas ada sepatu

	release-an juga, sepatu wishlisht lah. Yaudah akhirnya uang sangu itu cuma tak sisain 200 ribu sisanya buat beli sepatu itu dalam sebulan. Gimana buat makan, gimana urusan transport buat ke kampus, itu urusan nanti lah.
P	Mas nya waktu dulu ada punya sepatu selain vans gak?
N	Kalo dulu sama sekali gak punya, tapi kalo sekarang, karna udah banyak referensi nya, sudah banyak bergeser
P	Kalo boleh tau, dulu sampe punya berasa pasang vans mas?
N	Ya kalo dulu ga nyampe 20 pasang sih mas dan itu vans semua dan rata-rata gaada yang model classic.
P	Nah sekarang ini, mas nya termasuk yang pro atau kontra sama perkembangan brand local? Khususnya sepatu
N	Kalo untuk brand local sih masih ga mau pake aku. Jujur sampe sekarang belum pernah pake brand local sih mas, cuman agak tertarik aja sama beberapa brand yang udah lama. Menurut ku sih brand local itu drama drama drama, abis itu naik, abis itu ilang.
P	Emang kelebihan nya brand vans dibanding brand local apa mas?
N	Awet sih mas, aku punya release-an tahun 2004, collab sama band AVI. Dia dipakai sampe berapa tahun tuh masih gapapa.
P	Mas nya tau gak masalah vans yang menggugat ventela kemarin?
N	Sebenernya sih saya gatau inti masalahnya mas, cuman yang aku tau siluet nya hampir miirp-mirip ya? Kalo masalah itu sih, kayaknya banyak brand lain yang juga kaya gitu. Tapi kalo menurut ku ga masalah sih, orang ga persis sama. Soalnya kan emang punya market sendiri-sendiri dan harganya pun beda jauh.
P	Nah kan sekarang banyak tuh brand-brand lain yang mirip vans, nah mas nya ada keinginan untuk nyoba gak?
N	Kalo lokal sih enggak mas.
P	Kalo luar?
N	Kalo luar sih ya selama ga banyak orang pake, aku beli mas.
P	Sebenernya apa sih mas yangbikin mas tuh jatuh cinta banget sama vans?
N	Ya collabs collabs nya itu mas. Soalnya kalo vans tuh collabs nya beda sama yang lain mas. Band-band nya juga kebanyakan band-band metal
P	Sebenarnya mas nya tuh suka vans awalnya emang dari vans nya atau collab-collab band nya dulu?

N	Kalo band-band nya dulu awalnya emang suka sih mas, liat sepatu nya ternyata emang bagus soalnya banyak art art work nya, kaya misalnya album nya brand itu di taro di sepatu, jadi kaya ada seni nya gitu mas.
P	Mas nya pas pake vans itu bisa munculin identitas ga ya mas?
N	Menurut ku lebih ke daya tarik aja sih mas. Kaya misal ke kampus trus diliatin gitu.
P	Sebenernya mas nya ketika pake vans tuh, ada pesan yang pengen disampaikan gak sih mas?
N	Ya cuman buat kepuasan sendiri sih mas, kayak aku bisa beli kaya gini trus orang lain jarang yang make.

Nama	**Luki (24 Tahun)**
Jenis Kelamin	**Laki-laki**
Pekerjaan	**Pengusaha**
Peran	**Narasumber selaku admin OTWYK**

P	Apa yang membuat anda menyukai sneakers Vans?
N	Kalo saya pribadi suka dengan sepatu vans itu karena banyak kolaborasi dengan Band sama kayak Toys. Rata-rata Band kalok saya. Saya lebih suka collab dengan Band sama keluaran syndicate, yang istilahnya kolaborasi entah dengan

	butik, luxury brand atau designer kayak baju baju artis gitu. Dan series kalo saya.
P	Apakah dengan menggunakan senakers Vans identitas diri anda terbentuk?
N	Kalok make vans dari dulu udah mulai cocok aja sama saya mas, kalo misal identitas diri ya biar ga kliatan sama aja sih.
P	Identitas diri seperti apa yang anda inginkan ketika memiliki dan memakai sepatu Vans?
N	Kan vans identik dengan siluet yang istilahnya basic lah, nggak aneh-aneh, nggak kayak robot nggak besar-besar, simple aja gitu. Biar terlihat beda aja sih mas maksudnya gak samaan sama orang.
P	Bagaimana pandangan anda terhadap orang yang menggunakan sneakers Vans?
N	Pandangan saya, ya istilahnya saya melihat orang nih pake vans, ya kita sama sama kalok istilahnya nemu sama orang yang sekiranya itu barang rare, entah itu collab kalo jaman dulu masih bisa diobrolin misal, misalkan kita ga kenal nih “eh kamu dapet sepatu ini darimana” jadi dapet koneksi, dapet obrolan dari orang lain
P	Apa yang yang membuat anda memilih sneakers Vans dibanding kompetitor lain?
N	Panggilan hati sih cocok aja mas
P	Apakah ada kebanggaan tersendiri ketika anda memiliki jenis sepatu Vans yang versi *rare*?
N	Tentunya, tentu bangga. Soalnya bangga dalam artian bukan mahalnya, kalok dapet barang rare. Misalkan kita nih ada koneksi, entah dari orang luar atau orang indonesia. Misal kita nih udah ngincer barang yang istilahnya FDMNTL, fundamental itu aku suka dari 2015. Itu kan awal rilis 2015, cuman saya dapet ditahun 2018 itu karena emang bukan sebenernya kalo nyari dengan harga tinggi pasti dapet, cuman aku dapet waktu itu cuman dari harga 2 juta. Jadi dapet dapet nilai sentimental untuk hunting sepatu kayak gini, jadi kepuasan tersendiri untuk dapetin harga yang kita mau lah yang sesuai dengan budget.
P	Ada kah pengorbanan yang anda lakukan dalam hal mendapatkan sepatu Vans? Jika ada, bagaimana pegorbanan yang anda lakukan?
N	Pengorbanannya saya sampe thailand untuk mendapatkan vans Wtaps, Vans kolaborasi dengan Wtaps yang rilisan pertama itu yang sama pentagram.

P	Udah sampe jauh-jauh sampe Thailand apakah di Thailand juga masih berebut dengan orang Thailand sampe antri-antri sampe kayak kasus Compass
N	Ooo. Enggak enggak itu ada bayar Thailand istilahnya aku udah kontak kontakan lah disini. 2017 isitilahnya udah deal nih dengan harga waktu itu 2000 baht sekitar cuman 1 juta, cuman itu kondisinya udah use udah ada cracking-cracking, tapi menurutku yaudah gapapa. Yang penting aku dapet barang masih bisa dipake yaudah.
P	Apa makna komunitas Vans bagi para pengguna sneakers Vans?
N	Makna komunitas Vans, kita di komunitas vans di OTWYK ga cuman membahas tentang sepatu doang sih mas. Maksudnya kalo kita bahas tiap kumpul bahas sepatu kan juga boring. Kita juga ada istilahnya entah temen ada yang bikin brand ya kita support bantu. Terus ada lah juga pembicaraan tentang istilahnya "wah aku lulus nih mau kerja dimana?" masih banyak lah temen temen yang sudah punya bisnis yaudah kita istilahnya bisa masuk dengan mudah, maksudnya udah ada orang yang bantuin.
P	Apa makna pengguna sneakers Vans bagi komunitas Vans?
N	Kalo menurut saya sekarang udah bisa ditebak sih mas, maksudnya pecinta vans pastinya yang tau OS BW, maksudnya yang seri seri classic yang pasti. Udah starterpack anak jogja. Maksudnya udah lah kelar, starterpack abadi anak jogja, scoopy, OS BW, jam daniel wellington, selera nya udah ga kayak jaman dulu sih, sekarang seleranya udah bisa ditebak
P	Apa motivasi anda bergabung di komunitas Vans?
N	Motivasi saya bergabung di OTWYK tentunya ya untuk menjalin relasi lebih luas lagi sih mas, maksudnya untuk mendapatkan obrolan lebih luas lagi, maksudnya ga terkait sepatu doang, banyak lah banyak obrolan lain yang diluar sepatu.
P	Setelah anda bergabung dalam komunitas Vans, manfaat apa yang anda peroleh?
N	Manfaat lumayan banyak sih mas, kalo dari saya pribadi yaa tentunya untuk mencari Vans udah agak mendingan maksudnya ga sesulit jaman dulu, misalkan aku dapet nih sepatu dari jepang, cuman aku gabisa masukin. Masih banyak temen temen di komunitas yang bisa jadi entah itu forwarder entah itu hand

	carry yang bisa masukin cuman kita bayarnya udah ga seharga resell dari pasaran maksudnya dapet harga yang oke lah.
P	Bagaimana budaya dalam OTWYK?
N	Budaya OTWYK ya yang pasti banyak bercanda sih mas, banyak ngecengin orang tetunya mas, istilahnya kita ya banyak bacot sih. Masuk aja sih konspirasi konspirasi gitu di tongkrongan. Maksudnya ngobrolin entah ngobrolin gosip-gosip underground tentang persepatuan yang berkubu kbu gitu. Budaya nya ya banyak bercandanya, ke panti asuhan itu pasti setiap bulan puasa, kita kan istilahnya pake uang kas nih buat bantu bantu ngasih di entah itu panti asuhan, entah itu di sayap ibu.
P	Sarana komunitas apa saja yang digunakan?
N	Yang dipake itu tentu nya instagram dijaman sekarang, twitter itu ada cuman ga aktif, terus facebook itu udah jarang aktif cuman yang paling aktif ya yang sekarang di instagram sih.
P	Apakah di komunitas ini ada kegiatan yang melibatkan masyarakat. Misalnya CSR kegiatan sosial sosial gitu?
N	Kegiatan sosisal ya itu dulu sempet kita waktu merapi apa ya, 2010. Kita mintain sumbangan di pinggir jalan.
P	Apakah di OTWYK ini juga membahas mengenai politik atau sosial lainnya?
N	Ooo enggak enggak enggak
P	Apakah pembentukan identitas diri itu berasal dari hubungan dengan orang lain?
N	Kalo jaman dulu sebelum ada media sosial kan kita yaudah make make aja apa yang kita suka cuman sekarang beralih ke media sosial kita jadi tau entah itu penampilan cara orang lain kita kan jadi kiblatnya ke luar gitu. Mayoritas tapi masih banyak lah orang lain dengan identitas diri ga ngikutin ngikutin sama orang luar gitu. Cuman kebanyakan sekarang yaudah kiblatnya keluar.
P	Menurut anda, apakah identitas diri berpengaruh terhadap karir?
N	Kalo identitas bisa sih maksudnya berpengaruh sih mas menurut saya cuman istilahnya kalo kita kerja nih, disuruh pake pakaian formal ya itu udah diluar ranah ini sih. Maksudnya kaya kita cuman kreatif terus freelance ya itu identitas kita bisa dipake disitu sih

P	Apakah dengan bergabung ke komunitas yang memiliki kesamaan minat dapat membuat identitas diri anda semakin terbentuk?
N	Iya. Jadi kita bukan berarti kita samaan nih jadi identitas ada nih orang yang cuman suka band series entah itu kolaborasi dengan brand entah itu cuman koleksi entah itu SK8-hi semua, entah itu slip on semua, entah itu collab, entah itu syndicate atau apa kaya gitu sih.
P	Alasan bergabung dengan OTWYK?
N	Alasan nya untuk menjalin untuk mendapatkan circle baru kalo jaman dulu soalnya kalo untuk dapetin vans kan sebelum ada vans store di Indonesia kan harus ambil dari luar. Okelah kalo misal kita dari kecil sering diajak orang tua ke luar negeri, kita bisa beli barang disitu cuman kan kalo misalkan kita orang biasa mungkin bisa lah kita nitip sodara yang diluar cuman kan kalo kita ikut komunitas biar bisa dapet barang-barang itu.
P	Terus untuk mendapatkan reputasi gitu ada gak sih mas?
N	Untuk mendapatkan reputasi di komunitas banyak sih mas entah itu untuk jualan cari jati diri agar bisa diakuin di circle nya soalnya kan masuk di komunitas OTWYK kita ada kemudahan misalkan kita kan di komunitas ada member, nah dengan member itu entah buat nyuci sepatu entahitu buat belanja di toko-toko yang berkaitan dengan komunitas itu kita dapet diskon.
P	Siapa dan seperti apa acuan dalam pembentukan identitas diri?
N	Gaada sih.
P	Apakah memakai sepatu Vans merupakan suatu bentuk dalam mengekspresikan diri? Dan seperti apa contohnya?
N	Kalo saya pribadi karena suka sih mas jadi kalo mau make vans yaudah pake aja sih maksudnya ga harus istilahnya ngikutin orang. Udah dari jaman dulu suka ya udah suka gitu aja sih
P	Misalnya kan ada vans release kan collab sama band, misalnya mas nya lebih dulu suka sama band nya itu, nah ketika vans itu apakah mas nya pengen dan berkeinginan untuk beli gitu?
N	Kalo saya lebih ke collab dengan siapa, maksudnya dengan siapa rilisan mana, misalkan ada yang japan rilis, terus europe gitu sih. Kalo saya bentuk bisa dinomorduakan lah, kalo saya pribadi lebih ke dengan siapa nya, collab dengan siapa nya.

P	Apakah anda melihat kepribadian seseorang berdasarkan fashion yang digunakan?
N	Engga sih mas
P	Apakah dengan menggunakan pakaian dengan merk tertentu dapat menyampaikan pesan tertentu kepada orang lain?
N	Kalo jaman dulu iya soalnya orang yang tau dengan brand itu masih belum banyak seperti sekarang. Misalkan pada jaman dulu kita pake Wtaps, Carhartt, pake Fragment, pake apa diluar vans gitu. Kalo saya pribadi kalo vans kan banyak yang rilis ga orag banyak tau, jadi ketika orang itu make barang yang rare, entah itu barang collab sama siapa kan, jaman dulu kan masih belm banyak media sosial jadi kita gatau apa bener atau bukan itu vans kok ada yang kaya gitu sih vans, yang ga masuk di toko itu gaada, tapi kok dia punya. Jadi kaya obrolan terendiri sih sama orang itu.
P	Apakah media berpengaruh terhadap seseorang menentukan pakaian?
N	Berpengaruh untuk jaman sekarang. cuman kalo jaman dulu, istilah nya untuk orang yang bermain di media sosial masih bisa dihitung lah, dulu cuman masih di Facebook, Kaskus itu Cuma nanyain ini vans legit apa engga, bukan bahas fashion. ini rilisan tahun berapa, collab dengan siapa, maksudnya barang-barang gelap gitu yang bisa ditanyain, sehingga bukan untuk mempengaruhi fashion dan hanya sebagai fasilitas perantara transaksi jual beli.
P	Apakah fashion dapat menjadi relasi sosial?
N	Bisa juga sih mas, soalnya sekarang berpenampilan menarik kita bisa jadi entah itu model entah itu selebgram atau apa. Kita bisa maintance media sosial, kita bisa bawa kemana diri kita untuk ber fashion. Misalkan kita suka dengan brand, ya suka aja, entah itu warna nya norak, yang penting kita suka dan pede ya pake aja. Kalo misalkan mau kita bikin istilahnya untuk diperjualbelikan di masa sekarang ini bisa aja gitu, siapa tau dilirik kan bisa jadi uang.
P	Apa yang membuat akhirnya memutuskan membuat suatu komunitas?
N	Pencetus nya komunitas sih, kalo jaman dulu kita sesama pecinta vans masih susah masukin barang. Jaman dulu masih susah di kaskus, sedangkan sekarang kan udah ada WA udah bisa video call. Sehingga ini untuk menyampaikan ada beberapa model sepatu yang tidak masuk internet, jadi bisa bahan obrolan di media sosial sebagai tempat sharing-sharing.

P	Seperti apa bentuk diskusi yang dilakukan?
N	Kalo untuk forum online kita di dailyvansindonesia itu di facebook, cuman istilahnya, kita nih dapet sepatu bisa dapet pride sendiri gitu kalo bisa dapetin sepatunya. Jadi ga nentuin kamu orang kaya apa bukan, ada kebanggaan sendiri kalo kita upload atau posting sepatu yang kita dapat.
P	Seperti apa bentuk diskusi yang dilakukan? Kaya jual beli gitu?
N	Jual beli tentu. Awalnya dulu kita ga kenal sesama pecinta vans nih misalkan kaya dia posting di media sosial. Kalo jaman dulu kan belum ada instagram pake faceboook, dia posting di facebook sepatu nih yang kita incer tapi kita belum dapet. Dari situ kita timbul komunikasi entah itu sekedar tanya, sedangkan jaman dulu sesama pecinta vans tidak ada cuan diantara kita gitu.
P	Apakah keaktifan seseorang di media dapat menentukan identitas diri?
N	Kalo di forum kita sering muncul, entah itu jual atau transaksi apa bisa jadi terkenal gitu, kita gatau sama orang, tapi orang itu banyak tau sama kita gitu karena kita muncul sering dan aktif disitu. Dia tau knowledge tentang vans, isitlahnya dia paham lah tentang vans. Dia bisa kasih saran tentang misal sepatu itu fake atau engga, jadi dia bisa memberikan informasi kepada orang-orang gitu.
P	Apakah ada seseorang yang hanya aktif di media tapi tidak pernah mengikuti pertemuan secara langsung?
N	Banyak, ada ada. Maksudnya orang kaya gitu, entah orang itu sibuk atau sekedar keyboard warrior dia cuma aktif di media sosial, entah itu sekedar bacot atau berisi atau Cuma 0 terserah dia maksudnya ya banyak lah orang kaya gitu.

Nama	**Daffa**
Jenis Kelamin	**Laki-laki**

Pekerjaan	**Mahasiswa**
Peran	**Narasumber selaku anggota OTWYK**

P	Apa yang membuat anda menyukai sneakers Vans?
N	Karna yang pertama simple, tampilannya simple, terus juga harga nya yang ga terlalu mahal, maksudnya masih terjangkau lah. Yang sekitarnya range harga, 500 kan ada juga kan. Bahkan sekarang kalo PO PO dari luar negeri kayak temenku kan jastip dari singapore itu cuman 350. Terus yang kedua, lebih enak aja, maksudnya ke outfit apa aja masuk, terus dipake ke acara apa aja itu kek masuk, mau dipake kondangan masuk, terus mau dipkae juga olahraga cocok ngeskate atau main basket bahkan banyak juga sekarang, kayak orang banyak males pake sepatu lain jadipake vans.
P	Apakah dengan menggunakan senakers Vans identitas diri anda terbentuk?
N	Balik ke orangnya masing-masing sih klo aku, kalo misal dia nyaman. Sebenernya pasti iya sih mas, misalnya anak-anak sekarang outfit nya kan lebih banyak berkaca sama anak anak band sekarang kan terus kayak skateboarder style mereka juga kayak casual, kayak simple aja gitu.
P	Bagaimana pandangan anda terhadap orang yang menggunakan sneakers Vans?
N	Menurut saya sih kalo dari tampilan keren kalo outfitnya masuk, kayak contohnya ga norak atau segala macem, dan yang pasti sih ori.
P	Menurut mas, apakah orang yang menggunakan sneakers Vans identik dengan skateboarder?
N	Kalo ini, kalo dulu sih mungkin iya, tapi sekarang seperti yang mas bilang, sekarang udah mulai kolab sama ini kolab sama itu. Menurut saya Vans nya juga udah berusaha buat masuk ke pasar lain, ga hanya sekedar band atau musik.
P	Apa yang yang membuat anda memilih sneakers Vans dibanding kompetitor lain?
N	Yang pertama harga nya sih, harga nya juga masuk akal kan , contohnya sekarang kan banyak. Contoh kompetitior lain nya apa aja sih mas?

P	Ya misal nike casual, adidas, terus kalo mau ngincer sebagai poser skateboard kan ada merk lakai gitu gitu.
N	Kalo aku sih karena, jujur satu karna banyak yang make terus juga bentuknya aku pribadi aku suka, terus juga karena temen temen sih mas awalnya
P	Ada kah pengorbanan yang anda lakukan dalam hal mendapatkan sneakers Vans?
N	Oh kalo aku sih ngga pernah. Soalnya kalo aku sepatunya limited aku malah gasuka mas, aku ngga mau ngasih effort lebih untuk satu sepatu cuman kalo sepatu sepatu yang kayak dulu pas jaman jaman aku SMP bolak balik singapore kalo mau beli Vans, soalnya di indo belum ada.
P	Apakah pembentukan identitas diri itu berasal dari hubungan dengan orang lain?
N	Kalo aku pribadi sih mas orang yang misalnya berteman sama orang, misal contohnya dia bergaul di lingkungan skateboard otomatis ya lama kelamaan dia bakal juga main skateboard. Kalo aku sih gitu
P	Apakah identitas diri berpengaruh terhadap karir?
N	Bisa jadi sih mas tapi nggak semua, soalnya kan kadang ada diawalnya ngikutin hobby nya cuman namanya tuntutan nyari duit kan . jadikan misalnya dia terjun ke dunia kantoran yang berhubungan dengan accounting jadi ya mau ga mau lah, tapi misal kan orang nya udah passion banget disitu biasanya kan dia nyebur sekalian.
P	Seperti apa anda ingin dikenal di lingkungan anda?
N	Aku pengen ga mencolok sih mas, pengen yang biasa aja soalnya dulu pernah pake barang yang mencolok aku ga nyaman sih mas kayak jujur malah jadi bahan omongan. Makanya aku lebih nyaman biasa aja.
P	Apakah memakai sepatu Vans merupakan suatu bentuk dalam mengekspresikan diri? Dan seperti apa contohnya?
N	Antara iya dan tidak sih mas kalo aku maksudnya tergantung oragnya. Tapi beberapa iya sih mas conthnya kayak sekarang kaos kaos juga banyak, walaupun sekarang juga banyak orang ngejek ngejek dont wear the band t-shirt if you dont hear the band lagi banyak banget yang ribut di sosmed, contoh nya sekarang mereka lagi pake kaosnya radiohead, nirvana, bahkan mereka ngga pernah denger, banyak sihh. Jadi kalo dia bener bener dengerin

	dan tau mah gapapa.tapi sebenernya ya gapapa juga sih soalnya kan mereka juga punya uang nya gitu
P	Apakah anda melihat kepribadian seseorang berdasarkan fashion tersebut?
N	Jujur iya sih mas, tapi ga secara, oh dia pake brand ini bukan secara brand tapi secara bagaimana dia berpakaian, mix and match nya kaya contohnya kok dia ga merhatiin penampilannya gitu ya, ya bisa jadi banyak hal sih kaya misal dia diajarin orang tua nya lah atau gimana, kalo orang tua aku kek liat tuh dia masa dia ga ngurus penampilannya sendiri gitu jadi aku kek kebiasaan gitu. Cuman kalo dari brand contohnya dia pake brand local oh barti dia gapunya uang, atau misal brand mahal barti dia orang kaya
P	Apakah dengan menggunakan pakaian dengan merk tertentu dapat menyampaikan pesan tertentu kepada orang lain?
N	Kalo aku sih lebih ke up to date soalnya kan kayak kalo pake vans, apalagi udah kuliah dan di lingkungan kita juga rata-rata kan pake Vans mas. Tapi kan semenjak keluar ventela kaya compass campuss campess kan udah mulai rame, bahkan Vans sekarang udah mulai kurang gitu.
P	Apakah media berpengaruh terhadap seseorang menentukan pakaian?
N	Wah sangat lah mas, contohnya kita kaya ngeliat orang di media sosial, soalnya kaya jaman sekarang aku sering liat nih di instagram, misal liat orang keren nih di explore aku save mas maksudnya buat referensi gitu mas. Maksudnya sangat berpengaruh lah, terutama instagram lah.
P	Apakah fashion dapat menjadi relasi sosial?
N	Kalo aku gaada sih mas ikut-ikut gitu, cuman kan kalo misalnya orang ada, bagi orang yang ikut mungkin nambah pasti lah nambah teman. Apalagi sekarang vans kan makin kayak sepatu harian bukan kayak sepatu bener-bener untuk peruntukanya gitu. Dulu aja kan orang pada bikin club nya balenciaga, yeezy, kayaknya tergantung sih mas ke orang nya sendiri.
P	Relasi sosial seperti apa yang ingin anda dapatkan?
N	Aku pengen sih mas temen-temen ku senyaman nya mereka, cuman kadang-kadang kayak kalo misalkan aku jelek sendiri ya minder, misal kita duduk nih temen sebelah kita pake gucci, ga munafik lah pasti ada minder nya gitu.
P	Relasi sosial seperti apa yang ingin anda dapatkan?

	Kalo sekarang kaya santai aja sih mas, nah lebih kaya ke streetwear gitu sih mas. Streetwear sekarang kan starter pack nya kaos, celana pendek/panjang, sepatu nya kan paling kek slip on, ya kek gitu gitu lah mas, yang nyantai pokoknya.