

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Air Jordan merupakan salah satu merek *sneakers* yang sedang populer akhir-akhir ini. Meskipun pada mulanya dirancang sebagai sepatu basket, kini ia telah menjadi *item fashion* yang digemari masyarakat umum. *Fashion* sendiri adalah gaya berpakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun pada saat acara tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Jika berbicara mengenai *fashion*, biasanya yang paling sering mengikuti *trend* kekinian adalah generasi muda (Setiawan, 2021).

Produk *fashion* semakin banyak bermunculan dan disambut baik oleh masyarakat. Saat ini, *fashion* bukan hanya sebatas pakaian untuk melindungi tubuh manusia, namun juga dikatakan memiliki makna tersendiri bagi orang-orang, dan dianggap dapat menyampaikan suatu pesan. Hal serupa diungkapkan oleh Barthes dalam bukunya yang berjudul “*The Language of Fashion*”. Barthes mengatakan bahwa setiap bentuk *fashion* pasti mengandung pesan tertentu yang kemudian ingin disampaikan oleh pemakainya. *Fashion* merupakan objek yang dianggap bisa menyampaikan makna dan maksud-maksud tertentu dari pemakainya (Barthes, 2013). Oleh karena itu, dengan *fashion* atau pakaian yang dikenakan, telah mewakili pesan yang ingin ditampilkan dari pemakainya. Terciptanya suatu pesan dari pemakaian *item fashion*, terutama dari *brand* tertentu tentunya dapat dikaji sebagai bagian dari ilmu komunikasi.

Fashion juga bisa menjadi medium dalam berkomunikasi. Oleh karena itu, wajar jika banyak kalangan yang menjadi sangat peduli dengan model yang mereka kenakan. Sebab hal ini dianggap bisa berdampak pada nilai diri mereka masing-masing. Hal tersebut tentunya menjadi salah satu alasan mengapa *fashion* menjadi sangat penting dalam perkembangan kehidupan manusia (Setiawan, 2021). Dalam penelitian ini, bentuk komunikasi yang disoroti adalah komunikasi intrapersonal, dimana komunikasi terjadi dalam satu individu. Komunikasi intrapersonal terjadi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman dari individu tersebut (Physipol, 2021).

Fashion menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Benda-benda seperti baju dan alas kaki yang dikenakan bukanlah sekadar penutup tubuh dan hiasan saja. Lebih dari itu juga menjadi sebuah alat komunikasi dimana *fashion* mengandung makna bagi masing-masing individu. Menurut Ibrahim (Ibrahim, 2015), makna bersifat abstrak dan dapat berbeda-beda antar individu. Oleh karena itu, hal ini dapat memunculkan kesenjangan antara fakta lapangan dengan hal yang sesungguhnya. Sebagai contoh, *sneakers* yang sesungguhnya merupakan alas kaki, namun pada faktanya juga bisa menjadi simbol identitas diri dan sebagainya berdasarkan pengetahuan dan pengalaman dari masing-masing individu.

Saat ini, berbagai bentuk alas kaki menjadi populer, dan telah menjadi salah satu komoditi *fashion* terpenting dalam menunjang penampilan. Salah satu alas kaki yang digemari masyarakat, terutama generasi muda saat ini adalah sepatu

sneakers. *Sneakers* adalah sepatu dengan sol berbahan karet. Namanya diambil dari kata “*sneak*” dalam bahasa Inggris yang berarti “mengendap-endap” (Mayasari, 2019). Hal ini karena bahan sol sepatu *sneakers* terbuat dari karet, sehingga ketika digunakan tidak menimbulkan suara seperti high heels atau boots. Menurut (Carter, 2019), terdapat tiga jenis *sneakers* berdasarkan tinggi porosnya, yaitu *low top sneakers*, *mid top sneakers*, dan *high top sneakers*. *Low top sneakers* merujuk pada sepatu yang tidak menutupi mata kaki. *Mid top sneakers* merujuk pada sepatu yang tinggi porosnya terletak diantara sepatu *low top* dan *high top*. *High top sneakers* adalah sepatu yang menutupi mata kaki.

Dalam kehidupan sehari-hari mungkin kita menjumpai banyak sekali jenis *sneakers* berdasarkan fungsinya, seperti *golf sneakers* yang secara khusus didesain untuk bermain golf, *basketball sneakers* yang dirancang untuk bermain basket, *running shoes* yang secara khusus dirancang untuk meningkatkan kenyamanan dan performa seseorang dalam berlari, *hiking shoes* untuk mendaki gunung, dan sebagainya.

Beberapa contoh *brand sneakers* terbesar antara lain Nike, Adidas, Vans, Converse, Keds, Puma, dan New Balance. Masing-masing *brand* memiliki ciri khas *sneakersnya* tersendiri. Misalnya Vans dan Converse yang terkenal dengan canvas shoes mereka, Adidas yang terkenal dengan Boost pada sol sepatu mereka yang berfungsi untuk meningkatkan kenyamanan, dan sebagainya. *Brand-brand sneakers* ini seringkali mengandalkan kolaborasi sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka, baik kolaborasi dengan *brand* lain ataupun

dengan selebriti ternama. Contoh *sneakers* kolaborasi antara satu *brand* dengan *brand* lain nya adalah Ben & Jerry's x Nike SB Dunk Low. *Sneakers* tersebut adalah bentuk kolaborasi antara Nike dengan *brand* es krim "Ben & Jerry's". Sedangkan *sneakers* kolaborasi antara suatu *brand* dengan selebriti ternama saat ini juga mudah kita jumpai. Sebut saja sepatu Adidas Yeezy yang merupakan kolaborasi antara Adidas dan artis kenamaan Kanye West, sepatu Air Jordan yang merupakan kolaborasi antara Nike dengan pemain basket profesional Michael Jordan, dan lainnya. Dari beberapa *sneakers* kolaborasi yang beredar di pasaran, penelitian ini hanya akan membahas mengenai *sneakers* Air Jordan saja.

Gambar 1.1 Jordan 1 High OG Chicago 1985



Sumber: Getty Images

Air Jordan sendiri merupakan salah satu merek kolaborasi antara Nike dengan Michael Jordan. Michael Jordan adalah seorang pemain basket profesional kelahiran Brooklyn, New York, Amerika Serikat. Air Jordan merupakan salah satu merek *sneakers* yang sedang populer akhir-akhir ini.

Meskipun pada mulanya dirancang sebagai sepatu basket, kini ia telah menjadi *item fashion* yang digemari masyarakat. Hal ini terutama berlaku bagi seri Air Jordan I yang kini telah berubah alih menjadi sepatu *casual* atau *lifestyle*. Di Indonesia sendiri, Jordan I telah menjadi *trend fashion* selama beberapa tahun belakangan ini. Hal ini terlihat dari banyaknya artis dan *influencer* yang mengenakannya sehari-hari.

Gambar 1.2 Najwa Shihab mengenakan Jordan 1 High Dark Mocha



Sumber: Instagram @najwashihab (2021)

Gambar 1.3 Ariel Noah mengenakan Jordan 1 High Black Metallic Gold



Sumber: Instagram @arielnoah (2020)

Gambar 1.4 Gading Marten mengenakan Jordan 1 High Bred 2016



Sumber: Instagram @gadiiing (2020)

Hal ini menyebabkan dari tahun ke tahun pecinta *sneakers* atau yang disebut para *sneakerhead* kian bertambah dan melonjak. *Sneakerhead* sendiri merupakan sebuah istilah yang merujuk pada orang-orang yang menyukai *sneakers* dan hobi mengoleksinya. Selain senang mengoleksi dan mengenakan *sneakers*, kebanyakan *sneakerhead* kerap memperjualbelikan sepatu-sepatu edisi khusus.

Salah satu *sneakers* yang banyak digemari para *sneakerhead* adalah Air Jordan. Sepatu-sepatu yang digemari *sneakerhead*, tentunya bukan terpilih secara asal namun memiliki nilai tersendiri, baik nilai historis ataupun ekonomis. Beberapa seri Air Jordan dianggap mempunyai nilai tertentu, dan karena itu menjadi bahan koleksi para *sneakerhead*. Pada rilisan atau edisi tertentu, mereka bahkan rela membayar harga lebih untuk dapat memiliki *sneakers* khusus ini. Harga lebih yang dimaksudkan disini bisa mencapai 5 kali lipat atau lebih dari harga *retail* sepatu tersebut. Ketika seseorang mengemukannya, seakan ada konsep dan persepsi tertentu bagi para penggunanya. Penelitian ini secara khusus ingin melihat makna apa yang diterima oleh para pengguna Air Jordan berkaitan dengan *sneakers* tersebut.

Dalam penelitian ini, *sneakers* Air Jordan berperan sebagai noema (objek yang dapat ditangkap panca indera) dan pemahaman pengguna *sneakers* Air Jordan terhadap *sneakers* tersebut berperan sebagai noesis (persepsi objek dalam pikiran) yang ingin peneliti telusuri lebih lanjut. Sehingga ketika melihat *sneakers* Air Jordan, bukan sepatu sebagai alas kaki yang terlintas dalam

pikiran, melainkan persepsi penggunaannya mengenai *sneakers* Air Jordan itu sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Sneakers Air Jordan saat ini menjadi sangat populer, baik di kalangan *sneakerhead* maupun masyarakat umum. Banyak orang yang rela membayar harga lebih untuk dapat memiliki dan memakai *sneakers* ini. Hal ini salah satunya karena ketika seseorang mengenakan Air Jordan, ada persepsi tertentu yang muncul dalam pikiran mereka sebagai penggunaannya. Makna dan persepsi Air Jordan inilah yang utamanya menyebabkan popularitas dari *sneakers* tersebut. Hal ini menarik untuk diperhatikan, mengingat sebuah sepatu yang awalnya merupakan alas kaki dan berfungsi untuk melindungi kaki ketika berjalan, kini seakan memiliki arti khusus bagi para penggunaannya. Melihat fenomena ini, maka penting untuk melihat makna apa yang sebenarnya terkandung pada *sneakers* Air Jordan bagi para pengguna *sneakers* Air Jordan, khususnya di Indonesia. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah “Makna *Sneakers* Air Jordan bagi Penggunaannya di Indonesia”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tentang *sneakers* Air Jordan dan makna yang dikandungnya bagi para pengguna *sneakers* Air Jordan yang sebelumnya telah disampaikan, penulis menjabarkan dua pertanyaan penelitian yang nantinya akan menjawab rumusan masalah

1. Apa makna yang terkandung dalam *sneakers* Air Jordan bagi para penggunanya?
2. Bagaimana pengguna *sneakers* Air Jordan memahami diri mereka ketika mengenakan *sneakers* Air Jordan?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan maksud atau tujuan yaitu untuk memahami persepsi pengguna *sneakers* Air Jordan terhadap *sneakers* Air Jordan. Berikut adalah beberapa tujuan penelitian yang dirangkai oleh peneliti.

1. Untuk mengetahui makna *sneakers* Air Jordan bagi pengguna *sneakers* Air Jordan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengguna *sneakers* Air Jordan memahami diri mereka ketika mengenakan *sneakers* Air Jordan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kegunaan sebagai referensi tambahan untuk penelitian lain serta memberikan kontribusi pada kajian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan kajian fenomenologi. Lebih lanjut, penelitian ini juga dapat berperan sebagai referensi bagi penelitian berikutnya, khususnya penelitian yang mengangkat topik yang berkenaan dengan *sneakers* dan makna *sneakers*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu berguna dalam menggali makna *sneakers* Air Jordan pada penggunaanya, dan pemahaman diri para pengguna *sneakers* Air Jordan ketika mengenakan *sneakers* tersebut. Sekaligus juga untuk menggambarkan berbagai motif yang mendukung mereka dalam memilih untuk menggunakan Air Jordan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan-perusahaan dan individu dalam melakukan pemasaran suatu brand dengan mengambil contoh dari Air Jordan.

1.5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang ditemui. Salah satunya adalah keterbatasan dalam proses pengumpulan data dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara kepada subjek penelitian. Akan tetapi, proses wawancara tersebut berlangsung secara *online*, dan melalui aplikasi *whatsapp call*. Sehingga ada kemungkinan terjadinya gangguan koneksi dan kesalahan teknis.