

**Motivasi Menggunakan Sepatu Merek Lokal Pada
Sneakerhead di Yogyakarta**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)

Oleh

YOSEF KERILIWI

170906213 / KOM

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Yosef Keriliwi

NPM : 170906213

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Motivasi Menggunakan Sepatu Merek Lokal Pada *Sneakerhead* di Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 22 April 2022

Saya yang menyatakan



0.000,-

Yosef Keriliwi

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

MOTIVASI MENGGUNAKAN SEPATU MEREK LOKAL PADA *SNEAKERHEAD* DI YOGYAKARTA

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh:

YOSEF KERILWI

No. Mhs ; 170906213 / KOM

disetujui oleh:



Ina Nur Ratriyana, SIP, M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Motivasi Menggunakan Sepatu Merek Lokal Pada *Sneakerhead* di Yogyakarta

Penyusun : Yosef Keriliwi

NIM : 170906213

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Uji Skripsi yang diselenggarakan Pada

Hari / Tanggal : 24 Maret 2022

Pukul : 14.00 WIB

Tempat : Daring via aplikasi Zoom

TIM PENGUJI

Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama



Ina Nur Ratriyana, M.A.

Penguji I



Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I Kom.

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, MA.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyelesaikan ujian akhir skripsi ini. Terimakasih juga penulis haturkan kepada orang – orang terdekat yang mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang memberikan berkat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih sudah membantu penulis untuk selalu semangat.
2. Segenap keluarga, orangtua dan saudara kandung penulis yang dengan senang hati mengingatkan, mendukung, dan mendoakan dari awal agar penulis dapat menyelesaikan perkuliahannya sampai akhir.
3. Dosen pembimbing Ina Nur Ratriyana, SIP, M.A. atas bimbingannya untuk menyelesaikan skripsi. Penulis berterimakasih untuk menyediakan tenaga, wawasan, dan waktunya yang telah diberikan. Semoga Tuhan selalu memberkati dan memberi kesehatan untuk Ibu Ina dalam kehidupan kesehariannya.
4. Para narasumber, Ag, Venda, dan Kalis yang menyediakan waktu nya untuk diwawancara dalam penelitian ini sehingga penulis mampu mendapatkan data dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberkati anda selalu.

5. Seluruh pihak yang penulis tidak bisa sebutkan satu per satu. Terima kasih atas seluruh doa dan semangat sehingga penelitian ini bisa selesai sampai akhir. Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat berguna bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 14 Maret 2022

Yosef Keriliwi



YOSEF KERILIWI

No. Mhs: 170906213 / KOM

**MOTIVASI MENGGUNAKAN SEPATU MEREK LOKAL PADA
SNEAKERHEAD DI YOGYAKARTA**

ABSTRAK

Tren kebangkitan lokal akhir ini sedang muncul di lingkungan masyarakat Indonesia sehingga apresiasi orang terhadap produk lokal mulai muncul. Handoko Hendroyono memberi nama fenomena ini "*local is the new global*" yang berarti memakai produk lokal akan identik dengan nuansa keren. Sehingga peneliti ingin mengetahui motivasi dibalik menggunakan sepatu, di kalangan *sneakerhead* apakah mereka memang memiliki tujuan yang akan dicapai, atau pengakuan dari *peer group* akan sebuah sepatu dan pengaruh dari diri yang memang bangga akan merek lokal dan mendukungnya. penelitian ini bertujuan untuk melihat motivasi dari para *sneakerhead* dalam memakai sepatu lokal yang mereka punyai. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus pada *sneakerhead* yang ada di Yogyakarta dengan pengambilan data melalui wawancara mendalam dengan tiga narasumber yang mempunyai sepatu dengan produk lokal dengan teknik triangulasi, dari ketiga narasumber dapat saling melengkapi data yang diperlukan oleh penulis. Temuan penelitian didapatkan bahwa ketiga *sneakerhead* mempunyai motivasi yang berbeda beda dalam memakai sebuah sepatu dan proses motivasinya terdiri dari 3 tahap yaitu *needs*, *behavior*, dan *goals*. pada tahap *needs* narasumber memilih *psychological needs* yang kebutuhannya berdasarkan lingkungan atau pengaruh orang lain, sehabis itu dipengaruhi oleh beberapa faktor dari *behavior* seperti pertimbangan harga dan kualitas pada saat membeli dan pengaruh akan tokoh yang para *sneakerhead* lihat ketika hendak membeli sepatu lokal. Menuju ke *goals* berupa *generic goals* yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan psikologi.

Kata Kunci: Motivasi, Sepatu Lokal, *Behavior*



DAFTAR ISI

PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang.....	1
2. Rumusan Masalah.....	7
3. Tujuan Penelitian	7
4. Manfaat Penelitian	7
4.1 Manfaat Teoretis	7
4.2 Manfaat Praktis	7
5. Kerangka Teori	8
5.1 Teori Motivasi.....	8
6. Kerangka Konsep.....	17
BAB II.....	25
1. Sneakerhead	25
2. Perkembangan Merek Sepatu Lokal	26
BAB III	29
1. Hasil Temuan Data	30
2. Need	30
3. Behavior.....	33
4. Goals	41
5. Analisis Data.....	42
BAB IV	50
1. Kesimpulan	50

2. Saran	51
2.1 Akademis	52
2.2 Praktis	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Presiden Jokowi Pakai Sepatu Merek Lokal, Nah Project.....	4
Gambar 1.2. Stok Sepatu Compass yang Habis Terbeli.....	4
Gambar 1.3. Antrian Rilisn Sepatu Compass yang Berkolaborasi dengan Darahkubiru.....	6
Gambar 1.4 Piramida Hierarki Maslow.....	9
Gambar 1.5. Proses Terjadinya Motivasi Pada Konsumen.....	11
Gambar 1.6. Alur Kerangka Konsep.....	18
Gambar 1.7. Triangluasi dengan Beragam Sumber.....	23
Gambar 1.8. Merek Sepatu Lokal Compass Gazelle low & Ventela Public Suede.....	27
Gambar 1.9. Sepatu Larocking Milik Narasumber 1.....	28
Gambar 2.0 Aerostreet Warna Putih Kepunyaan Narasumber 2.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman Wawancara.....	69
Lampiran Transkrip Wawancara Narasumber 1.....	72
Lampiran Transkrip Wawancara Narasumber 2.....	77
Lampiran Transkrip Wawancara Narasumber 3.....	83
Tabel Analisis Data.....	118

