

## **BAB II**

### **METODE PENELITIAN DAN DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan penulis yaitu kualitatif. Penelitian kualitatif bukan dihasilkan dari kajian data atau angka-angka, melainkan dari kemampuan peneliti dalam mendeskripsikan dan menganalisis fenomena dengan mendalam. Hal ini membuat penelitian kualitatif cukup kompleks, karena penelitian ini berfokus pada kehidupan sehari-hari. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengajukan pertanyaan, mengumpulkan data dari responden, kemudian mengkaji, mereduksi, menafsirkan, dan menangkap makna permasalahan yang sedang diteliti (Riyanto, 2020). Sesuai dengan penjelasan sebelumnya, penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan metode kualitatif karena data dalam penelitian ini berdasarkan sudut pandang subjek penelitian. Metode kualitatif cenderung berfokus pada orang dan perilaku orang dalam kehidupan sehari-hari, sehingga gaya berpakaian seseorang tentunya dapat digolongkan sebagai perilaku sehari-hari (A'malia, 2010).

Menggunakan pendekatan deskriptif dalam penelitian ini. Pendekatan deskriptif yaitu mendeskripsikan suatu keadaan objek di masa sekarang yang sesuai dengan fakta-fakta yang ada (Hadari, 2007). Metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu suatu metode yang digunakan untuk menemukan teori atau pengetahuan pada penelitian dalam kurun satu waktu tertentu (A'yun et al., 2020).

Alasan penulis memilih metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu dikarenakan penulis ingin menggambarkan keadaan yang diteliti di lapangan dengan lebih mendalam, spesifik, dan transparan. Penelitian ini berupaya memaparkan kejadian/situasi sehingga data yang sudah diperoleh akan bersifat deskriptif untuk mengetahui alasan mahasiswa FISIP UAJY mengonsumsi *sneakers*. Dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu kegiatan penelitian yang

bertujuan untuk memperoleh data sebagaimana adanya dan lebih menekankan pada pemaknaan hasilnya.

## B. Informan

Sumber informasi pada penelitian merupakan informan yang berkaitan dengan masalah-masalah penelitian dan dapat membagikan informasi yang sesuai dengan kondisi latar belakang dan situasi. Informan merupakan seseorang yang mampu memberikan informasi secara detail dan komprehensif berhubungan dengan subjek yang sedang diteliti untuk mengumpulkan data-data pada penelitian (Sugiyono dalam Imron, 2019). Pada penelitian ini, peneliti memilih informan dari mahasiswa FISIP UAJY.

Untuk mengidentifikasi informan, penulis menggunakan teknik *convenience sampling*. Menurut Sanusi (2014: 94), teknik *convenience sampling* merupakan pengambilan sampel dengan cara kebetulan, yakni siapapun yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dapat dijadikan informan dengan faktor utamanya yaitu mahasiswa FISIP UAJY yang aktif berkuliah dengan menggunakan *sneakers* di kampus. Kriteria *sneakers* yang dibutuhkan adalah *sneakers* yang bermerek. Alasan penulis menggunakan teknik *convenience sampling* karena tidak diketahui berapa banyak jumlah informan yang menggunakan *sneakers* di kampus FISIP UAJY sehingga yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dapat dijadikan informan untuk memudahkan penulis. Adapun informan pada penelitian ini berjumlah 10 informan.

**Tabel 2. Informan Penelitian**

No.	Nama	Keterangan
1.	Fellycia	Ilkom Angkatan 2023
2.	Venny	Ilkom Angkatan 2023
3.	Veline	Ilkom Angkatan 2023
4.	Adel	Ilkom Angkatan 2023
5.	Rara	Ilkom Angkatan 2021

No.	Nama	Keterangan
6.	Devi	Sosiologi Angkatan 2019
7.	Toni	Sosiologi Angkatan 2019
8.	Gading	Sosiologi Angkatan 2019
9.	Aisyah	Ilkom Angkatan 2021
10.	Claudia	Ilkom Angkatan 2020

### C. Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep adalah proses di mana menurunkan konsep pada penelitian menjadi bagian-bagian yang mudah dipahami dan diukur. Setiap konsep penelitian terlebih dahulu harus didefinisikan secara operasional, yaitu menjelaskan konsep tersebut menjadi bagian-bagian secara detail yang nantinya dapat diukur (Sugiyono, 2012). Sedangkan menurut Nani Darmayanti (2007) pengertian operasionalisasi konsep merupakan rumusan mengenai ruang lingkup dan karakteristik suatu konsep yang dibahas dan dipelajari dalam penelitian akademis.

Dapat disimpulkan bahwa definisi operasionalisasi konsep adalah definisi yang didasarkan pada karakteristik variabel yang diamati. Operasionalisasi konsep melibatkan pertanyaan-pertanyaan penting yang perlu diklarifikasi dalam penelitian. Operasionalisasinya bersifat rinci, spesifik, bermakna, dan jelas, serta menggambarkan ciri-ciri variabel penelitian dan apa yang dianggap penting. Berikut ini merupakan tabel operasionalisasi konsep yang akan diteliti:

**Tabel 3. Operasionalisasi Konsep**

Konsep	Unsur	Pedoman wawancara
Konsumsi Mencolok	<i>Happiness</i> and <i>Wellbeing</i>	1. Apa saja <i>sneakers</i> yang anda miliki?  2. Bagaimana perasaan Anda ketika menggunakan <i>sneakers</i> di kampus?

		3. Mengapa menggunakan <i>sneakers</i> membuat anda bahagia/senang?
	Status	<p>1. Apa yang Anda pikirkan mengenai hubungan penggunaan <i>sneakers</i> dan popularitas seseorang? Kemudian apakah hal tersebut terjadi pada Anda?</p> <p>2. Apa yang Anda pikirkan mengenai hubungan penggunaan <i>sneakers</i> dengan reputasi seseorang? Apakah hal tersebut terjadi pada Anda?</p> <p>3. Adakah orang lain yang memuji Anda ketika menggunakan <i>sneakers</i>?</p> <p>4. Apakah menggunakan <i>sneakers</i> bisa mencerminkan kepribadian Anda? Jika iya, kepribadian seperti apa yang ingin Anda tunjukkan kepada orang lain dengan penggunaan <i>sneakers</i>?</p>
	Prestige	<p>1. Kesan/<i>image</i> apa yang Anda harapkan dengan menggunakan <i>sneakers</i>?</p> <p>2. Mengapa anda menggunakan menggunakan <i>sneakers</i> di kampus?</p>

	<p><i>Symbolic Product Characteristics</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciri khas apa yang terdapat pada <i>sneakers</i> yang Anda miliki sehingga Anda tertarik untuk menggunakan <i>sneakers</i> tersebut?</li> <li>2. Bagaimana kualitas <i>sneakers</i> Anda jika dibandingkan dengan <i>sneakers</i> lain?</li> <li>3. Bagaimana desain <i>sneakers</i> yang Anda sukai sehingga anda tertarik untuk membelinya?</li> <li>4. <i>Sneakers</i> tersebut Anda gunakan kapan &amp; di mana saja?</li> </ol>
--	--	--

#### D. Metode Pengumpulan Data, Jenis, dan Cara Analisis Data

##### 1. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri khas dibandingkan dengan teknik pengumpulan data lainnya. Observasi adalah kegiatan yang menggunakan panca indera, seperti pendengaran, penciuman, penglihatan untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk memecahkan suatu masalah penelitian (Sugiyono dalam Imron, 2019). Teknik ini berfungsi untuk menciptakan sebuah deskripsi yang mendalam agar memperoleh informasi yang tidak bisa diakses dan untuk memperoleh informasi penelitian apabila teknik lain tidak memadai.

Pada penelitian ini observasi dilakukan dengan pengamatan langsung untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya. Observasi merupakan cara yang efektif guna mendapati sesuatu yang dilakukan

seseorang dalam situasi tertentu, menemukan pola interaksi, dan rutinitas dalam kehidupan sehari-hari. Tujuannya untuk memperoleh informasi secara akurat dan mendetail yang berhubungan dengan aktifitas, karakteristik, dan perilaku yang diamati.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi di lingkungan kampus FISIP UAJY. Penulis melakukan observasi secara langsung dengan melihat bagaimana alasan menggunakan *sneakers* yang digunakan informan, ciri khas *sneakers*, warna *sneakers*, dan bagaimana informan menunjukkan *sneakersnya* ketika di kampus.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah proses untuk mendapatkan informasi yang memiliki tujuan tertentu dengan cara proses tanya jawab di antara peneliti dengan informan agar data yang sudah didapatkan bisa menjelaskan masalah yang sedang diteliti (Rosaliza, 2015). Tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan wawasan tentang pemahaman subjektif yang dipahami oleh individu terhadap topik akan diteliti (Banister dkk dalam Poerwandari, 1998). Menurut Susan (1988) yang dikutip oleh Sugiyono (2018: 232), wawancara memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai interpretasi partisipan terhadap fenomena dan situasi.

Dalam penelitian ini teknik wawancara yang digunakan yaitu metode semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur merupakan suatu proses wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara dari mengembangkan topik dan mengajukan sebuah pertanyaan dengan lebih fleksibel. Proses wawancara dimulai dengan mencari informan yang sesuai kriteria yang secara kebetulan bertemu dengan penulis di lingkungan kampus FISIP UAJY. Kemudian menanyakan kesanggupan informan untuk diwawancarai, setelah informan bersedia selanjutnya dilakukan proses wawancara di lingkungan kampus FISIP UAJY. Proses wawancara yaitu menggunakan pedoman wawancara, yang memungkinkan penulis mengembangkan pertanyaan penelitian sesuai

dengan kebutuhan informasi yang diinginkan. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan bertujuan untuk mengumpulkan data mengenai alasan mahasiswa FISIP UAJY mengonsumsi *sneakers* dalam menunjukkan identitasnya. Hasil informasi wawancara yang diperoleh dengan informan direkam oleh penulis dengan memakai perekam suara pada *handphone*. Durasi wawancara untuk setiap informan membutuhkan waktu sekitar 15-25 menit. Dalam metode ini, penulis melakukan wawancara secara tatap muka dengan informan yang berkepentingan di lingkungan kampus FISIP UAJY, sehingga diperoleh sumber data primer untuk penelitian ini. Data yang diperoleh dari wawancara, yaitu profil mahasiswa FISIP UAJY dan alasan mahasiswa FISIP UAJY mengonsumsi *sneakers*.

### 3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data di mana peneliti memeriksa dan mengumpulkan informasi atau data yang diperlukan dari dokumen-dokumen penting yang tersimpan. Dokumentasi juga merupakan pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara penggolongan dan pembagian bahan-bahan tertulis yang berkaitan pada permasalahan penelitian, seperti sumber dari koran, dokumen, buku, majalah, dan yang lainnya (Nawawi, 2015). Dapat disimpulkan bahwa dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang memerlukan sebuah dokumen yang berkaitan dengan permasalahan penelitian untuk dianalisis. Pada penelitian ini, data dokumentasi yang digunakan oleh penulis berupa jurnal, penelitian terdahulu, dan foto-foto kegiatan yang diperoleh sewaktu penelitian berlangsung, seperti foto *sneakers* yang digunakan informan di kampus FISIP UAJY. Hal tersebut dilakukan guna melengkapi kebutuhan penelitian dan untuk memperkuat data yang sudah didapat.

#### 1) Jenis Data

### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang dikumpulkan maupun didapatkan secara langsung di lapangan oleh seseorang yang sedang melaksanakan penelitian atau seseorang yang berkaitan memerlukannya (Sugiyono, 2019). Sumber data ini berasal dari subjek riset atau responden, wawancara, observasi, maupun hasil dari pengisian kuesioner. Data primer adalah data yang masih mentah dan harus diproses lagi untuk menjadi suatu informasi yang bermanfaat. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari hasil wawancara dan observasi yang diperoleh peneliti selama melakukan wawancara dan penelitian terhadap beberapa mahasiswa FISIP UAJY.

### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan atau diperoleh dari sumber yang tersedia oleh orang yang melakukan penelitian (Sugiyono, 2019). Data sekunder digunakan untuk membantu melengkapi informasi primer. Pada penelitian ini, data sekunder didapatkan dalam penelitian ini didapatkan dengan penggunaan dari bahan literatur, buku, pustaka, penelitian terdahulu, jurnal, dan foto-foto kegiatan yang diperoleh sewaktu penelitian berlangsung.

## **2) Triangulasi**

Pada penelitian ini, dalam pengujian keabsahan datanya menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang mengombinasikan beragam teknik, waktu, dan sumber data. Tujuan dari triangulasi yaitu untuk pengesahan data dan mengurangi potensi prasangka yang bisa timbul dari penggunaan suatu sumber atau metode. Dalam penelitian ini, digunakan triangulasi sumber dalam uji keabsahan data.

Menurut Sugiyono (2015: 373) mengatakan bahwa triangulasi

sumber merupakan proses membandingkan dan memeriksa silang tingkat kepercayaan informasi yang diperoleh pada waktu yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Metode ini dapat diterapkan dengan membandingkan data hasil observasi dengan data hasil pada wawancara dan studi dokumentasi. Hal ini membandingkan apa yang dilakukan (informan) dengan informasi yang diberikan dalam wawancara, yang tetap konsisten, dan dengan data studi dokumentasi berupa foto dan data yang lainnya seperti jurnal ilmiah, penelitian sebelumnya dan teori-teori yang relevan pada tujuan penelitian.

Dengan menggunakan data yang dihasilkan, penulis dapat dengan mudah mendeskripsikan dan mengklasifikasikan pandangan mana yang sama, berbeda, atau spesifik. Oleh karena itu, penulis lebih mudah melakukan analisis data dengan mengkaji berbagai sumber yang ada, baik yang sifatnya dokumenter maupun aktifitas yang sedang berlangsung. Berdasarkan hal tersebut, penulis dalam penelitian ini menggunakan teknik validasi data dengan menggunakan triangulasi sumber. Dalam proses pengumpulan data, penulis tidak hanya mencari data pada satu sumber informan melainkan lebih dari dua informan ataupun lebih.

### **3) Analisis Data**

Dalam penelitian kualitatif data yang sudah didapatkan akan berupa kumpulan kata (hasil observasi, wawancara, dokumen, dan sebagainya) dan bukannya serangkaian angka-angka. Analisis data merupakan usaha untuk menata dan mencari dengan cara sistematis hasil dari catatan pengumpulan data yang sudah diperoleh untuk menambah pemahaman peneliti terkait penelitian yang dikaji dan menyediakan menjadi penemuan baru untuk orang lain (Muhadjir dalam Rijali, 2018). Menurut Miles dan Huberman (2018), analisis data mempunyai beberapa alur sebagai berikut:

- a. Reduksi data adalah penentuan hingga perubahan data mentah yang tercipta dari catatan-catatan yang tertulis di lapangan. Secara singkat, reduksi data merupakan analisis data yang mengkategorikan, membuang, mengasah, mengarahkan dan mengorganisasikan apa yang tidak digunakan sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir dan dibuktikan. Kegiatan ini dilaksanakan secara terus menerus selama pengumpulan atau masa penelitian berlangsung. Kegiatan yang dilakukan dalam proses reduksi data yaitu mengkode, menciptakan ringkasan, membuat memo, hingga menelusuri tema.
- b. Penyajian data adalah kegiatan menyediakan kumpulan informasi-informasi yang tersusun dengan memungkinkan adanya pengambilan tindakan dan menarik kesimpulan. Dilakukan penyajian data adalah untuk memberikan pemahaman mengenai sesuatu hal kepada orang lain, sehingga data yang didapatkan disampaikan melalui uraian kata-kata. Data tersebut didapatkan melalui kutipan langsung dari hasil wawancara. Selain itu, data tersebut berupa deskripsi mengenai pengalaman dan peristiwa yang penting bagi seseorang dengan memakai bahasa penjelasannya.
- c. Penarikan kesimpulan adalah suatu tahap terakhir dari penelitian yang dilaksanakan setelah mengumpulkan data dan memecahkan informasi yang ada. Data yang disajikan harus tepat dan kesimpulan harus sesuai dengan tujuan pada penelitian yang didapatkan. Peneliti juga memahami dan menganalisis data dengan membandingkan faktor- faktor yang ada dengan melihat hubungannya, serta memberikan makna yang bermakna.

## E. Deskripsi Objek Penelitian

### 1. Sejarah *Sneakers*

Sepatu *sneakers* atau *sneakers shoes* merupakan sepatu dengan sol fleksibel yang terbuat dari bahan karet atau sintetis, dan biasanya hadir dalam berbagai model, mulai dari sepatu dengan *body* tinggi hingga model sepatu tanpa tali. Menggunakan berbagai macam bahan mulai dari kanvas hingga kulit dan selalu populer di banyak kalangan. *Sneakers* berasal dari kata “*sneak*” dalam bahasa Inggris mempunyai arti, yaitu penyelinap. Sepatu jenis ini dinamakan demikian karena ketika digunakan berjalan tidak menimbulkan suara berisik saat dipakai, yang mana pada masa itu jenis sepatu semua berbahan berat dan kasar yang dapat mengeluarkan suara saat dikenakan. Pada saat itu, semua sepatu terbuat dari bahan yang kasar dan berat sehingga menimbulkan kebisingan. Awalnya *sneakers* ini hanya digunakan sebagai sepatu olahraga, namun kini *sneakers* telah berkembang menjadi sepatu *universal* dan sangat populer di seluruh kalangan (Dharmawan & Handoyo, 2017).

Sejarah *sneakers* sendiri dimulai pada tahun 1800an, pertama kali muncul dengan nama “*Plimsolls*”, yang mana pada saat itu nama “*sneakers*” belum ada. Pada tahun 1892, perusahaan sepatu karet *Goodyear* mengembangkan proses pembuatan sepatu baru yang mencampurkan bahan dari karet dan kanvas. Alhasil, sepatu merek *Keds* masuk ke pasaran. Pada tahun 1908, *Converse* memasuki bisnis sepatu. Perusahaan yang dimiliki oleh Marquis M. Converse dengan cepat berkembang pesat ketika kemunculannya di banyak pertandingan bola basket Amerika. Pada tahun 1910, perusahaan mampu memproduksi 4000 pasang sepatu setiap harinya. Memulai produksi sepatu olahraga tenis pada tahun 1915 dan perusahaan mulai berkembang pesat. Kesuksesan mencapai puncaknya pada tahun 1917 saat *Converse All-Star* dimunculkan sebagai sepatu basket. Dan pada tahun 1921, pemain bola basket dengan nama Charles H. "Chuck" Taylor mengeluh kepada perusahaan *Converse* tentang sepatu miliknya karena sepatu yang dikenakannya menyebabkan lecet dan sakit pada kakinya. *Converse* kemudian mulai bekerja

dengan Charles, dan dia ditunjuk sebagai *salesman* dan duta perusahaan tersebut. Selain menjadi *salesman* dan duta besar *Converse*, Charles juga bekerja dengan memberikan saran untuk mengubah desain sepatu untuk meningkatkan fleksibilitas dan memasang tambalan untuk melindungi pergelangan kaki. Kemudian pada tahun 1932 lahirlah sepatu *Converse* tipe baru yang diberi nama *Chuck Taylor All-Star*. Ketika itu, sepatu basket *Chuck Taylor All Stars* mulai digunakan bukan hanya di Amerika Serikat saja, tetapi di beberapa negara lainnya. Tak heran jika *sneakers Converse* menjadi ikon Amerika (Bayu, 2019).

Pada tahun 1920, seorang pengusaha pakaian olahraga Jerman bernama Adi Dassler dengan cepat menciptakan sepatu latihan buatan tangan. Perusahaan tersebut kemudian dikenal dengan nama *Adidas*, *Adidas* sendiri merupakan *brand* paling terkenal di dunia dengan jenis *sneakers* atletik. Pelari ternama Jessie Owens juga mengenakan *sneakers Adidas* saat meraih empat medali emas di Olimpiade pada tahun 1936. Pada paruh pertama abad ke-20, sepatu olahraga terutama digunakan untuk bermain berolahraga. Namun pada tahun 1950-an, anak-anak mulai memakai *sneakers* sebagai ekspresi tren fesyen terkini. Setelah melihat aktor James Dean mengenakan *sneakers* di film populer "*Rebel Without a Cause*", semakin banyak remaja yang mulai mengikuti mode ini. Penjualan *sneakers* yang cukup luar biasa dimulai pada tahun 1984. Saat itu, Michael Jordan, seorang pemain bola basket terkenal, menandatangani kesepakatan dengan *Nike* untuk mengembangkan sepatu basket jenis baru yang diberi nama *Nike Air Jordans*. Meski Jordan sudah pensiun dari dunia basket, namun sepatunya tetap menjadi *sneakers* terlaris. Dan seiring berjalannya waktu, banyak perusahaan didirikan untuk menghasilkan sepatu *sneakers*, antara lain *Vans*, *Nike*, *New Balance*, *Puma*, *Reebok*, dan *Asics*. Selaku sebuah perusahaan yang memproduksi *sneakers*, perusahaan seperti *Vans*, *Nike*, *New Balance*, *Puma*, *Reebok*, dan *Asics* telah bersaing ketat untuk berinovasi selama dekade terakhir (Wisesa & Viter, 2019).

Sejak tahun 1990 hingga saat ini *sneakers* telah menjadi sesuatu yang istimewa bagi masyarakat sehingga jumlah pecinta *sneakers* pun semakin

meningkat. Sepatu *sneakers* dijual tidak untuk dikenakan, namun juga untuk dikoleksi. Sama seperti mobil, sepatu *sneakers* ada juga edisi langka dan terbatas, sedikit yang terjual di seluruh dunia. Meski *sneakers* bekas, namun jika edisi terbatasnya pasti akan diincar oleh para kolektor di seluruh dunia, apapun kondisinya. *Sneakers* kini telah menjadi *fashion* pokok anak muda. Berbagai kalangan baik yang anak muda maupun yang tua, terobsesi dengan sepatu *sneakers* (Hartanto & Mulyono, 2017).

## 2. Perkembangan *Sneakers* di Indonesia

Selama satu dekade terakhir, *sneakers* di Indonesia masih sangat digemari banyak kalangan. *Sneakers* pertama kali populer di Indonesia karena banyak orang yang sering berolahraga di hari libur dan akhir pekan. Namun seiring berjalannya waktu dan berkembangnya tren *fashion*, sejumlah teknologi inovatif juga mulai bermunculan pada *sneakers*. Di Indonesia *sneakers* pertama kali populer di kalangan penggemar *skateboard* pada akhir tahun 1990-an. *Sneakers* yang pertama kali populer di Indonesia adalah merek *Nike* dan *Adidas*, hal ini karena sebelumnya hanya dua merek tersebut yang beredar di kalangan *skateboarder* Tanah Air. Namun tren *sneakers* di Indonesia semakin berkembang pesat, dan masyarakat Indonesia kini mengetahui lebih dari sekedar kedua merek tersebut. Kemudian *sneakers* kembali populer di Indonesia pada tahun 2015-2016 melalui *Urban Music Culture Hip Hop* dan *RnB* dengan artis pengusungnya yaitu Kanye West dan Jay-Z. Tak hanya artis, *influencer* dan artis mancanegara yang menjadi panutan tren *fashion* global pun turut serta, dan perhatian pecinta *sneakers* tanah air pun semakin meningkat. Di sisi lain, muncul tren baru di pasaran yang disebut dengan "*lokal pride*" di mana *influencer* lokal mempromosikan produk lokal, dan *sneakers* sedang *booming*, serta kejadian ini berdampak besar pada jenis *sneakers* yang ada di pasaran. Sepatu *sneakers* ini lebih populer dibandingkan jenis sepatu lainnya (Trismaya, 2020).

*Sneakers* sudah menjadi suatu fenomena yang digandrungi oleh segala usia dan jenis kelamin di Indonesia. Akibat pengaruh globalisasi dan hadirnya pabrikan luar negeri yang menyuplai berbagai model *sneakers* ke pasar alas kaki

Indonesia, sehingga budaya *sneakers* berkembang pesat di Indonesia. Fenomena ini telah merasuki gaya hidup masyarakat Indonesia dengan semakin banyaknya variasi dan jenis *sneakers* yang beredar di pasaran, menawarkan berbagai nilai tambah seperti kolaborasi, teknologi, dan sejarah. Minat konsumen Indonesia, khususnya di perkotaan yang menyukai *sneakers*, bisa menjadi nilai tambah dalam memperkuat identitas. Industri *sneakers* telah melalui perkembangan yang signifikan selama beberapa tahun terakhir karena pergantian tren *fashion*, kenaikan pemahaman terhadap kebugaran dan kesehatan, serta kemajuan *e-commerce*. *Sneakers* yang dulunya diperuntukkan bagi olahraga, sekarang telah membentuk bagian penting pada sebagian besar *outfit*. Berkembangnya industri tersebut dengan diperkenalkannya desain yang inovatif dan baru, antar merek yang berkolaborasi, dan tingginya permintaan akan edisi terbatas (Herdiansyah & Yuliniar, 2024).

