

Sneakers Impor Sebagai Bentuk Identitas Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Negeri Semarang

Salsya Devi Oktarin, Atika Wijaya

salsyadeviii@students.unnes.ac.id, atika.wijaya@mail.unnes.ac.id✉

Jurusan Sosiologi dan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: Maret 2020

Disetujui: Maret 2020

Dipublikasikan: Maret 2020

Keywords:

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan tren sneakers impor yang digunakan sebagai media aktualisasi identitas sosial serta pengaruhnya terhadap gaya hidup mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES). Untuk menjawab tujuan tersebut, sebelumnya akan diidentifikasi alasan mahasiswa dalam memutuskan untuk membeli sneakers impor. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan subyek mahasiswa UNNES. Adapun teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan adalah mahasiswa aktif pengguna berbagai merek sneakers impor dari berbagai angkatan di UNNES. Analisis data menggunakan teori identitas sosial dan konsep gaya hidup. Proses analisis data dimulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam membeli sneakers impor, mahasiswa lebih mempertimbangkan estetika dan harga, sedangkan mahasiswa cenderung mengutamakan kualitas, merek, dan model. Namun mereka sama-sama mempertimbangkan aspek bahan dan kenyamanan. Terdapat alasan mahasiswa membeli sneakers impor yaitu pertimbangan *prestise*, dorongan dari lingkungan luar, serta kebutuhan dan kenyamanan serta ekspresi citra identitas. Mahasiswa UNNES memaknai dirinya yang mampu membeli dan pengguna sneakers impor original tergolong sebagai individu yang menduduki kelas sosial menengah ke atas, serta sebagai mahasiswa yang *fashionable* dan *gaul*.

Abstract

This article aims to explain the trend of imported sneakers that are used as a medium for actualizing social identity and their effect on the lifestyle of Universitas Negeri Semarang (UNNES) students. To answer this goal, the students' reasons for deciding to buy imported sneakers will be identified beforehand. This study used a qualitative method with the subjects of UNNES students. The data collection techniques are observation, interviews, and documentation. The informants are active students at UNNES who use various imported sneakers brands. Data analysis uses social identity theory and lifestyle concepts. The data analysis process starts from data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results showed that in buying imported sneakers, female students considered aesthetics and price, while male students tended to prioritize quality, brand, and model. But they both consider aspects of material and comfort. There are reasons students buy imported sneakers, namely prestige considerations, encouragement from the outside environment, as well as needs and comfort, and an identity image. UNNES students interpret themselves as being able to buy and users of original imported sneakers as individuals who are in the upper middle social class, fashionable and social.

✉ Alamat korespondensi:

Gedung C6 Lantai 1 FIS Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: unnessosant@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada kehidupan masyarakat modern, penampilan menjadi poin penting yang banyak diperhatikan. Hal itu berkaitan erat dengan pencapaian status sosial yang seseorang idamkan. Sejalan dengan apa yang dikatakan Suyanto (2017:126) bahwa apa yang dikonsumsi dan dikenakan itulah sebagai penanda posisi sosial dalam membedakan seseorang dengan orang lain yang berbeda status dan kelas sosialnya. Kini dalam mengonsumsi suatu produk, masyarakat tidak hanya berhenti pada titik putusan pembelian pada produk-produk yang seadanya, namun lebih mengarah pada komoditas impor. Salah satu komoditas impor yang kala ini sedang *booming* dan digemari oleh anak muda adalah alas kaki dengan bentuk *sneakers*. *Sneakers* merupakan kata yang merujuk pada jenis sepatu. Jika berbincang mengenai *sneakers*, yang telintas di dalam pikiran adalah sepatu *running casual* seperti Reebok, New Balance, Nike, Adidas, Puma, dan juga sepatu-sepatu *skateboarding* seperti halnya Vans dan Converse. Banyaknya merek, model, dan desain tersebut yang menjadikan masyarakat semakin tertarik untuk membeli guna mengikuti arus gaya berpenampilan yang sesuai dengan perkembangan zaman (Dharmawan & Handoyo, 2017).

Fenomena menjamurnya penggunaan *sneakers* impor baik pada mahasiswa laki-laki maupun perempuan, baik dari kelas ekonomi atas, menengah, bahkan hingga bawah juga terjadi pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES). Melalui seringnya interaksi antar mahasiswa dan tentu tidak lepas dari pengaruh media sosial, maka tidak dapat dipungkiri jika terjadi adopsi budaya terutama dalam hal penggunaan *sneakers*. Berkaitan dengan nilai guna bahwa terdapat satu fakultas yaitu Fakultas Ilmu Keolahragaan (FIK) yang mendorong banyak mahasiswanya untuk mengenakan *sneakers* sebagai salah satu representasi fesyen mereka dalam melakukan aktivitas praktik perkuliahan seperti halnya atletik, basket, voli, panahan, dsb. Dimana kemudian *sneakers* bagi mereka adalah tentang kebutuhan dan kenyamanan.

Fakta menarik lainnya dilihat dari latar belakang ekonomi mahasiswa UNNES yaitu adanya beberapa mahasiswa bidikmisi yang memiliki *sneakers* impor dengan notabane harganya yang mahal, serta terdapat beberapa mahasiswa UNNES yang menggunakan fasilitas jasa cicilan seperti halnya aplikasi “*Cicil*” dan “*Shopee Paylater*” untuk memenuhi kebutuhan fesyennya. Di sisi lain, ditemukannya foto pada salah satu akun media sosial yaitu *Instagram* milik beberapa mahasiswa UNNES, terlihat mereka sedang mengenakan *sneakers* impor saat berolahraga dan nongkrong di kafe yang di tunjang dengan penggunaan barang *branded* fesyen lain, seperti halnya *hoodie*, jam tangan, kaos, *jeans*, dsb. Kemudian hal itu menjadi indikator agar mahasiswa UNNES dianggap sebagai individu yang *fashionable*. *Fashionable* merupakan salah satu cara untuk menaikkan citra diri seseorang di mata orang lain dengan cara memperbaiki gaya hidup (Jumaiyah et al., 2020). Hal tersebut juga sejalan dengan pendapat Putri (2018) yang menyatakan bahwa untuk mencapai apa yang disebut dengan *fashionable*, banyak masyarakat yang rela menghabiskan uang guna membeli komoditas yang dianggap sesuai dengan mode yang sedang berkembang.

Berdasarkan paparan di atas, maka tidak dapat dipungkiri jika tren *sneakers* impor membawa dampak terhadap gaya hidup mahasiswa UNNES. Salah satunya yaitu menjadikan mereka untuk cenderung berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dianggap sebagai aktivitas yang tidak hanya melepas kepenatan, tetapi juga menjadi cara untuk mengekspresikan simbol-simbol dan gaya hidup yang membedakan mereka dengan kelas sosial yang lain (Sahrub, 2020).

Melalui gambaran masifnya penggunaan *sneakers* impor di kalangan mahasiswa UNNES sebagaimana yang telah dijelaskan di atas, kemudian hal tersebut menggugah penulis untuk melakukan sebuah penelitian dengan topik “*Sneakers Impor sebagai Bentuk Identitas Sosial dan Pengaruhnya terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Negeri Semarang*”.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi serta memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2017:6). Penelitian ini telah dilaksanakan dan berlokasi di kawasan UNNES yang beralamat di Sekaran, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang, Jawa Tengah. Alasan peneliti melakukan penelitian di Kampus UNNES adalah lokasi UNNES yang jauh dari pusat perbelanjaan seperti mal dan kawasan industri fesyen, serta Uang Kuliah Tunggal (UKT) yang ditetapkan oleh UNNES bagi mahasiswanya cenderung dapat dikatakan lebih rendah dibandingkan dengan UKT universitas negeri lain yaitu UNDIP yang lokasinya sama-sama terletak di Semarang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dan wawancara berlangsung sejak tanggal 6 September hingga 16 November 2021. Penentuan informan menggunakan teknik *snowball*. Sedangkan dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen seperti buku, jurnal, artikel yang relevan dengan topik penelitian, serta data dari arsip mengenai lokasi penelitian, foto subjek dan informan penelitian, serta *sneakers* impor milik informan.

Teknik validitas data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yang dilakukan dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan pernyataan yang dikatakan informan utama saat ia sedang berada di depan umum atau tempat ramai dengan apa yang dikatakannya saat ia sedang sendiri, membandingkan data yang diperoleh dari informan utama dengan informan pendukung, dan membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan dengan topik penelitian. Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan tahap pengumpulan data, penyajian data, reduksi data, dan verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengetahuan Mahasiswa UNNES tentang *Sneakers* Impor

Rata-rata mahasiswa UNNES mengetahui dan mengenal produk *sneakers* impor sejak mereka duduk di bangku SMP dan SMA. Tetapi ada pula informan yang sudah sejak SD menggunakan *sneakers* impor. Selain dari keinginan pribadi, ada pula pengaruh dari luar yang kemudian secara tidak langsung memberikan pengetahuan tentang *sneakers* impor dan tentu hal itu telah berhasil mempengaruhi psikologis mereka untuk membelinya. Pengaruh tersebut diantaranya datang dari lingkungan keluarga, pergaulan sosial, dan juga media sosial.

Pengetahuan serta pengenalan dari lingkungan luar terkait dengan *sneakers* impor juga memberikan dampak yang besar bagi keberlanjutan pola konsumsi *sneakers* impor oleh mahasiswa UNNES. Salah satunya mereka menjadi semakin yakin dan percaya akan kualitas berdasarkan hasil *review* teman sebaya maupun para *influencer* yang membara melalui akun media sosial. Selain itu, *brand image* juga menjadi hal yang berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian suatu produk *sneakers* impor bagi mahasiswa UNNES. Pernyataan tersebut didukung oleh (Akbar et al., 2021) bahwa keputusan untuk membeli suatu barang, kini sangat dipengaruhi oleh penilaian kualitas, dimana hal itu menjadi tuntutan bagi perusahaan untuk berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan *brand image* (citra merek) produknya, karena pada dasarnya setiap merek memiliki sifat khas, yang mana sifat inilah yang digunakan untuk membedakan produk satu dengan yang lain.

Preferensi Mahasiswa UNNES terhadap Keputusan Membeli *Sneakers* Impor

Preferensi bisa dikatakan sebagai hal yang diprioritaskan seseorang dalam memilih sesuatu. Sebagaimana kita ketahui bahwa setiap individu memiliki pertimbangan masing-masing terkait dengan keputusan untuk membeli suatu barang. Sebab, tidak mungkin masyarakat akan melakukan pembelian suatu barang dengan sembarangan, atau bahkan semua barang yang tersedia akan dibelinya dan tanpa melihat serta mempertimbangkan dari banyak sisi. Begitu pula dengan apa yang dilakukan oleh mahasiswa UNNES dalam melakukan pembelian *sneakers*. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan terdapat kecenderungan yang berbeda antara preferensi mahasiswa UNNES yang berjenis kelamin laki-laki dengan perempuan. Sehingga untuk lebih jelasnya, maka pembahasan ini dibagi dalam dua sub berdasarkan kecenderungan preferensi dari masing-masing jenis kelamin tersebut.

Perempuan

Berikut adalah tabel hasil kecenderungan preferensi mahasiswi UNNES dalam keputusan membeli *sneakers* impor.

Tabel 1. Preferensi Mahasiswi UNNES dalam Membeli *Sneakers* Impor

No	Informan	Jenis Kelamin	Preferensi dalam Membeli <i>Sneakers</i> Impor
1.	UK	P	Bahan, Harga, Warna
2.	TN	P	Harga, Warna, Bahan
3.	DF	P	Harga, Motif, Warna
4.	BD	p	Kualitas, Harga

(Sumber: Pengelolaan Data Primer Penelitian, Tahun 2021)

Merujuk apa yang telah disajikan pada Tabel 5, dapat diketahui bahwa dalam membeli *sneakers* impor, aspek yang menjadi preferensi mahasiswi UNNES diantaranya meliputi: estetika, harga, bahan dan kenyamanan. Untuk lebih jelasnya maka dipaparkan dalam pembahasan berikut.

1. Estetika

Warna yang dituju oleh mahasiswi UNNES dalam memilih *sneakers* impor adalah warna yang dianggap dapat menambah daya tariknya sebagai seorang perempuan saat mereka menyandingkan *sneakers* impor dengan busana yang dikenakannya. Warna yang dipilih oleh mahasiswi UNNES adalah warna monokrom. Sedangkan motif lebih kearah *checkerboard*. Mahasiswi UNNES juga menganggap penampilannya akan terlihat estetik dengan menggunakan warna-warna tersebut. Terlebih mahasiswi yang suka berfoto dan membagikan ke sosial medianya, utamanya *Instagram*. Sehingga dengan hal itu akan menambah tingkat estetik pada *feed Instagram*nya dan menambah daya tarik agar orang lain untuk mengunjungi akunnya. Hal tersebut didukung atas pernyataan yang disampaikan oleh DF saat wawancara.

“Kalau aku lebih milih warna yang monokrom, dari segi motif lebih milih ke *checkerboard* daripada yang aneh-aneh misal bunga-bunga atau yang ramai gitu. Soalnya kek lebih estetik aja dipakai tu kalo monokrom. Apalagi nanti kalo pas pengen OOTD terus di *post* ke story atau *feed* kan jadi *feednya* bagus, dan orang bakal suka liat akun kita” (Wawancara, 14 September 2021).

2. Harga

Mahasiswa UNNES menganggap harga dari *sneakers* impor lebih mahal dibandingkan *sneakers* lokal. Sehingga mahasiswa UNNES mempertimbangkan berbagai hal agar tetap bisa membeli *sneakers* impor *original*. Pertimbangan tersebut salah satunya berupa media yang mereka pilih sebagai sarana untuk mendapatkan *sneakers* impor *original* dengan harga yang lebih rendah. Dari banyaknya media yang ada pada zaman sekarang, mahasiswa UNNES mendapatkan *sneakers* impor *original* melalui empat media, yaitu: *e-commerce*, *offstore*, *second hand*, dan *black market*. Guna mendapatkan harga yang lebih rendah namun kualitas tetap *original*, mahasiswa UNNES membandingkan harga dari beberapa media tersebut. Terdapat dua metode yang dilakukan oleh mahasiswa UNNES dalam melakukan pembayaran atas *sneakers* yang mereka beli, yaitu metode *cash* atau tunai dan metode kredit atau cicilan. Kedua metode pembayaran tersebut ditempuh karena salah satunya dipengaruhi oleh latar belakang kondisi sosial ekonomi mahasiswa.

3. Bahan dan Kenyamanan

Faktor preferensi ketiga bagi mahasiswa UNNES dalam memilih *sneakers* impor adalah bahan yang dapat memberikan rasa nyaman. Sehingga ketika mereka menemukan sebuah titik nyaman pada kakinya saat menggunakan *sneakers* impor dengan bahan yang empuk dan enteng, maka mereka kemudian memutuskan untuk membelinya. Jenis bahan yang sering dipilih oleh mahasiswa UNNES utamanya pada *sneakers* jenis kasual adalah kanvas.

Laki-Laki

Berikut adalah tabel hasil kecenderungan preferensi mahasiswa UNNES dalam keputusan membeli *sneakers* impor.

Tabel 2. Preferensi Mahasiswa UNNES dalam Membeli *Sneakers* Impor

No	Informan	Jenis Kelamin	Preferensi dalam Membeli <i>Sneakers</i> Impor
1.	AK	L	Kualitas, Merek, Model, Warna
2.	FA	L	Bahan, Model, Merek, Harga
3.	RK	L	Kualitas, Merek, Model, Warna
4.	BC	L	Merek, Bahan, Warna
5.	B	L	Kualitas, Bahan
7.	AF	L	Kualitas, Merek, Model
8.	ZA	L	Kualitas, Merek, Bahan
9.	GA	L	Bahan, Harga

(Sumber: Pengelolaan Data Primer Penelitian, Tahun 2021)

Berdasarkan sajian tabel di atas, maka dapat dilihat terkait faktor dominan yang menjadi preferensi bagi mahasiswa UNNES dalam keputusan membeli *sneakers* impor. Sedikit berbeda dengan mahasiswa, yang menjadi faktor preferensi mahasiswa UNNES dalam keputusan membeli *sneakers* impor sesuai dengan sajian tabel di atas diantaranya: kualitas, citra merek, model, bahan dan kenyamanan.

1. Kualitas

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui proses wawancara, banyak mahasiswa UNNES yang menjadikan kualitas sebagai hal utama yang dipertimbangkan dalam melakukan pembelian *sneakers* impor. Sebagaimana yang disampaikan oleh salah satu informan, yaitu AK.

“Hal utama yang gue pertimbangin ya awet, yang mana awet itu berkaitan kualitas dan nilai guna. Makanya gue mikir, kalau beli barang ori ya konotasinya pasti bakal dapetin kualitasnya.” (Wawancara, 6 September 2021).

Merujuk pada apa yang disampaikan oleh AK, dengan kata lain kualitas juga dapat diartikan sebagai umur yang mampu diberikan oleh suatu barang. Pemahaman terkait kualitas *sneakers* impor ini ternyata tidak serta merta informan dapatkan dari pengalaman pribadi, melainkan dari keluarga, teman, maupun media sosial. Dari penelitian ini aspek yang diperhatikan informan dalam menganalisis kualitas suatu produk meliputi: daya tahan, estetika, dan kualitas yang dipersepsi.

2. Citra Merek (*Brand Image*)

Aspek kedua adalah citra merek. Memiliki *sneakers* yang menyandang merek tertentu menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi mahasiswa UNNES. Hal itu dikarenakan dengan menggunakan produk bermerek mahasiswa UNNES beranggapan bahwa dirinya telah mampu menyelaraskan penampilannya dengan perkembangan fesyen yang sedang menjadi tren saat ini, sehingga membuatnya merasa lebih percaya diri. Dimensi citra merek yang kontekstual di lingkungan mahasiswa UNNES sesuai dengan yang disampaikan oleh Aaker dan Biel (dalam Somantri et al., 2020) yang meliputi tiga komponen, yaitu: citra pembuat (*corporate image*), citra pemakai (*user image*), dan citra produk (*product image*).

3. Model

Terkait dengan preferensi ketiga bagi mahasiswa UNNES dalam keputusan membeli *sneakers* impor adalah model. Mengingat kembali sub bab pembahasan pengetahuan mahasiswa UNNES tentang *sneakers* impor pada aspek model, bahwa terdapat dua kecenderungan model *sneakers* impor yang dipilih oleh mahasiswa UNNES. Pertama, untuk mahasiswa yang memiliki *sneakers* impor jenis *sporty* cenderung memilih model *running* karena dianggap dapat multifungsi. Sedangkan untuk jenis kasualnya, mahasiswa UNNES cenderung memilih model klasik karena dianggap netral dan sederhana. Hal tersebut didukung atas pernyataan yang disampaikan oleh B.

“Kalau dari *sneakers* jenis *sporty* aku cenderung milih yang modelnya *running* ya mba, soalnya itu meskipun ditujukan untuk kegiatan atletik tapi menurutku lebih fleksibel aja sih, misal mau dipake buat voli ya oke, buat basket pun juga tetep oke. Karena kalo sepatu *running* itu cenderung lebih enteng jadinya menurutku fleksibel dipake dalam jenis olahraga apapun. Kalao dari jenis kasual, aku milih yang klasik, soalnya kalo klasik tu ya fleksibel juga mau dijodohin sama pakaian yang gimanapun” (Wawancara, 10 September 2021).

Berdasarkan uraian penjelasan di atas, maka dapat diartikan bahwa mahasiswa UNNES cenderung menyukai *sneakers* yang sederhana, tidak rumit dalam cara penggunaannya, serta fleksibel digunakan dalam berbagai kegiatan.

4. Bahan dan Kenyamanan

Terkait dengan preferensi terakhir yaitu bahan dan kenyamanan. Dimana dalam preferensi ini tidak jauh berbeda penjelasannya dengan preferensi bahan dan kenyamanan yang disampaikan pada mahasiswa UNNES. Sama halnya dengan mahasiswa yang memilih jenis bahan pada *sneakers* impor kasual adalah kanvas. Namun, untuk jenis *sporty* bahan yang dipilih adalah karet sintetis, fly leather. Bahan pembuatan tersebut dipilih tidak lain karena dianggap empuk, tidak berat, sehingga nyaman saat digunakan.

Alasan Mahasiswa UNNES Memilih *Sneakers Impor* sebagai Fesyen

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat beberapa alasan yang mendasari mahasiswa UNNES kemudian akhirnya memutuskan untuk menerapkan *sneakers* impor sebagai fesyennya. Alasan-alasan tersebut dikategorikan atas dasar latar belakang sosial ekonomi serta jenis kelamin mahasiswa UNNES. Untuk lebih jelasnya, maka dipaparkan dalam pembahasan berikut ini.

Latar Belakang Ekonomi Sosial Mahasiswa

Terdapat dua alasan dasar bagi mahasiswa dan mahasiswi UNNES dalam menerapkan *sneakers* impor sebagai fesyennya berdasarkan kecenderungan latar belakang sosial ekonomi. Kedua aspek tersebut meliputi: pertimbangan prestise dan dorongan dari lingkungan luar.

1. Pertimbangan Prestise

Prestise menjadi salah satu aspek yang sangat dipertimbangkan mahasiswa UNNES dalam proses menerapkan *sneakers* impor sebagai fesyen mereka. Merujuk pada hasil temuan penelitian, mahasiswa UNNES merasa lebih percaya diri, lebih berwibawa, dan dirasa dapat menciptakan kesan serta citra yang baik dimata orang lain ketika menggunakan *sneakers* impor dibandingkan dengan *sneakers* lokal. Hal tersebut didukung oleh pernyataan FA saat wawancara.

“Ya alasan saya memilih *sneakers* impor sebagai fesyen karena merasa lebih dapat aja prestisinya, misal gini nih kita berurusan dengan instansi atau kita lomba tapi menggunakan *sneakers* yang abal-abal, kan rasanya tidak elite, apalagi kalau kita lombanya di kancah internasional. Atlet-atlet lain pakai merek impor ya masa saya mau pakai merek lokal kan yaa gimana gitu sih rasanya” (Wawancara, 7 September 2021).

Pemikiran tersebut sebenarnya datang karena dipengaruhi oleh banyak hal, diantaranya: pertimbangan kualitas, citra merek, model yang lebih *up to date*, dan bahan.

2. Dorongan dari Lingkungan Luar

Hasil wawancara dan pengamatan menunjukkan bahwa dorongan tersebut berasal dari pengaruh keluarga, lingkungan pertemanan, serta media sosial. Secara tidak langsung sebenarnya mahasiswa UNNES ingin menampilkan citra dan identitas yang sama dengan orang-orang di sekitarnya yang memberikan pengaruh untuk dirinya agar menggunakan *sneakers* impor sebagai fesyen. Hal itu tidak mungkin terjadi ketika mahasiswa UNNES memandang buruk penampilan dan fesyen dari pihak luar tersebut. Sehingga citra atau kesan yang diberikan mahasiswa UNNES kepada pihak luar tersebut berupa citra positif saat mereka menggunakan *sneakers* impor, dengan demikian hal itu mempengaruhi mahasiswa UNNES untuk mengikutinya agar dirinya juga mendapatkan citra dan identitas yang positif pula saat mereka mengenakan *sneakers* impor di ranah publik.

Pemaknaan *Sneakers Impor* sebagai Identitas Sosial dan Pengaruhnya terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UNNES

Proses kedua sebagai tahap pembentukan identitas sosial melalui representasi fesyen yang dilakukan oleh mahasiswa UNNES adalah proses merasa. Proses merasa disini berkaitan dengan tahap *social categorization* menurut Tajfel dan Turner (dalam Sholichah, 2016). Dimana tahap ini ditandai dengan mulainya individu menyusun lingkungan sosial dengan cara membentuk kelompok-kelompok yang dirasa sesuai dengan dirinya. Meskipun memang pada kenyataannya belum ditemukan komunitas pecinta *sneakers* impor di lingkungan UNNES yang terbentuk secara formal dan terorganisir. Namun, disisi lain hasil penelitian mengungkapkan bahwa beberapa informan utama tinggal dalam satu indekos yang sama.

Dimana hal tersebut mengindikasikan bahwa secara sederhananya, informan sudah mulai membentuk lingkaran sosial dengan cara membentuk kelompok melalui tempat tinggal dan pertemanan, dimana anggotanya adalah pengguna *sneakers* impor.

Tahap ketiga sebagai proses terakhir pembentukan identitas sosial menurut Tajfel dan Turner (dalam Sholichah, 2016) adalah *social comparison*. Proses ini erat kaitannya dengan tindakan dan perbandingan. Dimana setelah melalui proses berpikir dan merasa kini terjadilah proses tindakan dan perbandingan. Proses tindakan ini telah terjadi dengan dibuktikannya *sneakers* impor yang digunakan dalam berbagai kegiatan seperti kuliah, nongkrong, jalan-jalan, dan olahraga.

Proses perbandingan identitas pun nyata terjadi di lingkungan mahasiswa UNNES. Hal itu didukung oleh hasil temuan penelitian yang mengungkapkan bahwa DY adalah pengguna *sneakers* yang menyandang merek Converse, namun dengan kualitas imitasi. Artinya, DY secara tidak langsung dianggap telah memanipulasi tanda. Pendek kata, ia ingin mendapatkan pengakuan kelas sosial bahwa dirinya sama dengan mahasiswa lain yang mengonsumsi *sneakers* impor *original*, baik secara citra kelas ekonomi maupun citra gaya berpenampilan.

Ketika berbicara tentang identitas sosial yang dilihat secara ekonomi, mahasiswa UNNES mendefinisikan dirinya yang mampu membeli *sneakers* impor *original* berasal dari golongan menengah keatas. Uniknya, terdapat beberapa mahasiswa yang mendapatkan beasiswa bidikmisi, tetapi pada kenyataannya mereka mampu membeli *sneakers* impor *original* yang notabene harganya cukup mahal. Sehingga dari adanya fenomena tersebut, tidak bisa dipastikan terkait golongan ekonomi mahasiswa UNNES hanya dari kepemilikan *sneakers* impor *original*. Hal itu didukung oleh kenyataan saat ini, yang mana banyak jasa menawarkan cicilan, sehingga semakin membuka peluang untuk semua golongan kelas dapat dengan mudahnya mendapatkan produk yang mereka inginkan. Seperti halnya aplikasi bernama “Cicil” yang memang dikhususkan untuk mahasiswa mengambil cicilan dengan tawaran bunga yang rendah, selain itu juga banyak jasa *paylater* yang ditawarkan *e-commerce*.

Di sisi lain, mahasiswa UNNES juga melabelkan bahwa mereka sebagai pengguna *sneakers* impor adalah orang yang *fashionable*, *gaul*, dan *modis* karena dianggap mampu mengikuti perkembangan tren fesyen dengan cara menggunakan produk impor yang *up to date* dari berbagai *brand* ternama.

Tidak hanya berhenti pada lahirnya sebuah tindakan dan perbandingan atas penggunaan *sneakers* impor saja, namun kini banyak pengaruh yang ditimbulkan dan dirasakan oleh mahasiswa UNNES setelah mereka mengenal dan merepresentasikan *sneakers* impor sebagai fesyen mereka, diantaranya: gaya hidup cenderung menjadi lebih konsumtif dan estetisasi penampilan diri.

Gaya Hidup Cenderung Lebih Konsumtif

Pengaruh pertama yaitu terkait dengan gaya hidup mahasiswa UNNES yang lebih cenderung konsumtif. Konsumtif bisa dikatakan sebagai keadaan dimana terjadi serangkaian aktivitas yang berkaitan dengan individu mengeluarkan uang berlebih, biasanya guna membeli barang dengan harga yang cukup mahal tanpa mempertimbangkan manfaat dari berbagai aspek. Hal demikian terjadi di kehidupan mahasiswa UNNES sebagai akibat dari fenomena penggunaan *sneakers* impor.



Gambar 1. Hoodie Impor Milik Mahasiswa UNNES
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, Tanggal 9 September 2021)

Tidak sedikit mahasiswa yang mengaku mengalami perubahan pola perilaku dan konsumsi, seperti halnya ketika mereka sedang mengenakan *sneakers* impor, secara tidak langsung mereka nongkrongnya bukan di burjo lagi, melainkan di kafe yang dianggapnya lebih berkelas. Mahasiswa juga rela membeli barang *branded* penunjang fesyen demi terciptanya kecocokan *outfit* yang mereka kenakan. Rata-rata barang yang dibeli akibat hasrat konsumsinya setelah mengenal *sneakers* impor adalah *hoodie*, kaos, baju, *jeans*, jam tangan, dan *jersey* olahraga. Dimana biasanya mereka mencocokkan antara warna dan model yang *match* ketika digunakan secara bersamaan dengan *sneakers* impor yang mereka miliki. Hal itu pun benar adanya terlihat pada Gambar 1. Salah satu informan yaitu BC membeli barang *branded* bermerek H&M berupa *hoodie* yang ia impor dari Stockholm, Swedia.

Estetisasi Penampilan Diri

Pengaruh kedua, berkaitan dengan terciptanya estetisasi penampilan diri. Hal ini terbukti adanya sebagai akibat dari tren *sneakers* impor baik di kalangan mahasiswa maupun mahasiswi UNNES. Estetisasi penampilan diri berkaitan dengan gaya berpenampilan yang terkadang menjadi lebih penting dibandingkan dengan fungsi dari apa yang dipakainya. Sebagaimana hasil penelitian pada pembahasan sebelumnya yang memaparkan bahwa salah satu preferensi mahasiswi dalam membeli *sneakers* impor karena alasan estetika. Sehingga tidak secara murni mengetahui fungsi sebenarnya dari *sneakers*, justru estetika yang lebih diutamakan guna mendapatkan pengakuan kesan citra yang positif dari orang lain.



Gambar 2. Bukti Informan sebagai Member Klinik Kecantikan
(Sumber: Arsip Foto Informan Utama)

Sebagaimana hasil penelitian juga mengungkapkan terdapat mahasiswa yang kemudian membeli *skincare* dengan berbagai macam merek dan hingga menjadi member dari salah satu klinik kecantikan yaitu Navagreen seperti yang dapat dilihat pada Gambar 2 sebagai akibat ingin memolekkan tubuhnya serta untuk menunjang dan menjaga *image* pada penampilan dirinya di hadapan publik saat mengenakan *sneakers* impor.



Gambar 3. Parfume Milik Mahasiswa UNNES
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, Tanggal 15 November 2021)

Estetisasi terhadap penampilan diri tidak hanya dialami oleh mahasiswa, namun hal ini juga merambah pada gaya hidup mahasiswa UNNES. Hal tersebut didukung atas hasil temuan penelitian yang mengungkapkan bahwa mahasiswa juga menggunakan perawatan tubuh sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 3.

Berdasarkan paparan di atas, dapat diidentifikasi bahwa estetisasi penampilan diri menjadi gaya hidup sebagai pengaruh yang ditimbulkan dari adanya fenomena penggunaan *sneakers* impor baik pada mahasiswa maupun mahasiswa UNNES. Sehingga melalui paparan di atas, menegaskan bahwa konsep estetisasi penampilan kini tidak lagi hanya bagian dari gaya hidup yang dimiliki kaum perempuan, melainkan juga dimiliki oleh kaum laki-laki. Konsep antara laki-laki dan perempuan tidak lagi hanya sebatas domain fisik, namun juga ditandai oleh orientasi gaya hidup mereka.

Selain berpengaruh terhadap gaya hidup, fenomena penggunaan *sneakers* impor juga berpengaruh terhadap psikis dan kehidupan sosial bagi mahasiswa dan mahasiswa UNNES, diantaranya: merasa lebih percaya diri dan lebih mudah dalam menjalani pergaulan sosial.

SIMPULAN

Terdapat kecenderungan preferensi yang berbeda antara mahasiswa dan mahasiswa UNNES. Dimana mahasiswa lebih mempertimbangkan aspek estetika dan harga. Semakin rendah harga dari *sneakers* impor, maka semakin dicari dan diminati pula oleh mahasiswa UNNES, dengan catatan kondisi *original*. Sedangkan bagi mahasiswa cenderung mengutamakan kualitas, merek, dan model. Semakin lama *sneakers* itu rusak, maka itulah yang dicari oleh mahasiswa UNNES. Namun demikian, di samping perbedaan kecenderungan aspek tersebut, terdapat kesamaan preferensi yaitu pada aspek bahan dan kenyamanan. Aspek preferensi itulah yang kemudian berpengaruh terhadap beragamnya kepemilikan *sneakers* impor di lingkungan mahasiswa dan mahasiswa UNNES.

Dilihat dari sisi latar belakang sosial ekonomi mahasiswa UNNES, terdapat dua alasan yang mendorong mereka untuk menerapkan *sneakers* impor sebagai representasi fesyen, yaitu: pertimbangan prestise dan adanya dorongan dari luar seperti halnya lingkungan keluarga, pergaulan sosial, maupun media sosial. Sedangkan ditinjau dari sisi jenis kelamin mahasiswa, yang mendorong mereka untuk menerapkan *sneakers* impor sebagai representasi

fesyen meliputi: kebutuhan dan kenyamanan serta alasan untuk mengekspresikan citra identitasnya.

Mahasiswa UNNES mengidentifikasi bahwa yang mampu membeli *sneakers* impor *original* tergolong sebagai individu dengan kelas sosial ekonomi menengah keatas dan sebagai mahasiswa gaul karena menggunakan produk impor yang *up to date* dari berbagai *brand* ternama. Sehingga dengan hal itu mahasiswa UNNES sebagai pengguna *sneakers* impor memandang *in group* lebih baik dibandingkan *out group*. Artinya, mereka memandang bahwa mahasiswa sebagai pengguna *sneakers* impor lebih baik secara ekonomi maupun sosial dibandingkan mahasiswa bukan pengguna *sneakers* impor. Dari adanya fenomena tren *sneakers* impor tersebut, kemudian menimbulkan berbagai pengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa UNNES, diantaranya: gaya hidup cenderung lebih konsumtif dan estetisasi penampilan diri. Selain pengaruh pada gaya hidup, fenomena penggunaan *sneakers* impor juga berpengaruh terhadap psikis dan kehidupan sosial mahasiswa UNNES, yang meliputi: merasa lebih percaya diri dan lebih mudah dalam menjalani pergaulan sosial.

Saran yang dapat disampaikan peneliti bagi mahasiswa UNNES yaitu agar dapat mempertimbangkan aspek kebutuhan dalam melakukan pembelian produk fesyen dan mulai mencoba menggunakan produk fesyen lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, I. R., Erlangga, H., Jasmani, J., Oktarini, R., & Yusuf, A. 2021. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike pada Mahasiswa Universitas Pamulang. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*. 1(1):94–100.
- Dharmawan, O. P., & Handoyo, P. 2017. Fenomena Sneakers Impor (Studi Konstruksi Sosial Pemakaian Sneakers Impor Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Paradigma*. 5(1):1–8.
- Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan Ditjen Dikti. 2021. *Bidikmisi*. RISTEKDIKTI. URL: <https://bidikmisi.belmawa.ristekdikti.go.id/>. Diakses tanggal 6 Oktober 2021.
- Jayanti, M. H. D., Setyowati, D. L., & Tukidi. 2012. Potensi Pemanenan Air Hujan (Rain Water Harvesting) Kampus UNNES sebagai Pendukung UNNES Konservasi. *Geo Image*. 1(1):28–34.
- Jumaiyah, K., Suharso, P., & Hartanto, W. (2020). Pemaknaan Brand Awareness Tas Elizabeth sebagai Bentuk Identitas dan Komunikasi Gaya Hidup Sosial (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*. 14(1):218.
- Moleong, L. J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Petuguran, R. 2016. *Universitas Berwawasan Konservasi*. URL: <https://unnes.ac.id/tentang>. Diakses tanggal 20 Januari 2022.
- Putri, S. M. S. S. 2018. Makna Gaya Hidup “Brand Minded” pada Konsumen Sosialita. *IDEA (Jurnal Humaniora)*. 1(1):84–95.
- Rincian Biaya Kuliah Mahasiswa UNNES. URL: <https://bit.ly/3BD8If5>. diakses tanggal 20 Februari 2022).
- Sahrub, S. M. P. 2020. Pemaknaan fashion: Studi gaya hidup pada komunitas Indonesia Sneakers Team Surabaya. *Jurnal Sosiologi Dialektika*. 14(2):103–110.
- Sholichah, I. F. 2016. Identitas Sosial Mahasiswa Perantau Etnis Madura. *Jurnal Psikosains*. 11(1):40–52.
- Somantri, B., Ridha, A., & Fahrurrazi, F. 2020. Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone. *Cakrawala Reppositori IMWI*. 3(1):1–10.
- Suyanto, B. 2017. *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta. Kencana.

UPT TIK UNNES. 2021. *Data UNNES*. Semarang: Universitas Negeri Semarang. URL: <https://data.unnes.ac.id/id/dashboard>. Diakses tanggal 30 Desember 2021.