BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan Departemen Pendidikan Kebudayaan Dirjen Kebudayaan (1999) museum adalah sebuah lembaga yang bersifat tetap dan tidak mencari keuntungan melayani masyarakat dan perkembangan, terbuka untuk umum, untuk mengumpulkan, merawat, memamerkan untuk tujuan penelitian, pendidikan, hiburan, dan benda-benda bukti material dengan lingkungannya.

Dimana museum merupakan sebuah institusi wahana yang dapat memberikan wawasan edukatif serta rekreatif secara bersamaan. Museum dapat menyatukan berbagai kalangan, baik dari segi umur, jenis kelamin dan minat. Museum Sneakers merupakan sebuah wahana yang diharapkan dapat menambah wawasan serta minat pengunjung terhadap nilai sejarah dan perkembangan sneakers.

Sneakers sendiri atau yang dikenal juga sebagai sepatu atletik, sepatu tenis atau sepatu lari adalah jenis sepatu yang didesain khusus untuk olahraga atau bentuk lain dari latihan fisik. Sneakers juga telah

berevolusi dari masa ke masa. Dari yang hanya dikhususkan untuk latihan fisik, kini telah menjadi bagian dari kegiatan sehari-hari. Bahkan sneakers telah menjadi bagian dari mode. Sneakers adalah jenis sepatu dengan sol fleksibel yang terbuat dari karet atau bahan sintetis dan untuk bagian atasnya biasanya terbuat dari kulit atau kanvas. Namun seiring perkembangan jaman, bahan yang digunakan juga telah berkembang, seperti digunakannya bahan dari suede dan nylon.

Sneakers saat ini telah menjadi bagian yang tak lepas dari kehidupan sehari-hari. Baik digunakan pada saat bekerja, ke sekolah maupun bepergian keluar, dimana sebagian besar menggunakan sneakers untuk melengkapi gaya berpakaian mereka. Sneakers yang pada awalnya muncul di Amerika Serikat ini telah meluas pemakaiannya. Bahkan hingga ke seluruh manca negara.

Menurut Rizzoli (20015), bila melihat sejarah awal bagaimana sneakers mulai digunakan masyarakat umum untuk kehidupan sehari-hari, pasti tidak akan lepas dari campur tangan dari Marquis Mills Converse. Ya, dia adalah pendiri dan pembuat sepatu dengan *brand* bernama Converse. Beliau yang pada awalnya merupakan seorang manajer perusahaan sepatu mulai membuka perusahaan sepatu karet sendiri yang dinamakan sesuai dengan nama belakangnya, yaitu

Converse pada tahun 1908. Dimana pada tahun 1910, perusahaan tersebut dapat menghasilkan 4000 pasang sepatu setiap harinya. Kemudian pada tahun 1915 perusahaan tersebut mulai berkembang pesat saat mulai memproduksi sepatu olahraga tennis. Kesuksesan perusahaan ini mencapai puncak kejayaannya pada tahun 1917 disaat Converse All-Star mulai diperkenalkan sebagai sepatu basket. Dan pada tahun 1921, ada seorang pemain basket bernama Charles H. "Chuck" Taylor yang datang ke perusahaan Converse mengeluh lantaran sepatu Converse All-Star yang digunakannya tersebut membuat kakinya lecet dan sakit. Kemudian Converse mulai bekerja sama dengan Charles, dimana Charles diangkat sebagai *salesman* dan duta besar dari perusahaan tersebut. Selain sebagai salesman dan duta besar dari Converse, Charles juga bekerja sama dalam memberikan saran dalam mengubah desain sepatu dalam meningkatkan fleksibilitas dan juga ternasuk tambalan untuk melindungi pergelangan kaki. Dan terciptalah sebuah tipe sepatu Converse terbaru pada tahun 1932 dengan nama Chuck Taylor All-Stars. Dan pada saat itu, penggunaan sepatu basket Chuck Taylor All-Stars tidak hanya mulai digunakan di Amerika Serikat saja, namun juga beberapa negara lainnya.

Tidak hanya Converse yang menjadi pelopor dari perkembangan sneakers di seluruh dunia. Pada tahun 1924, dimana seorang warganegara Jerman yang bernama Adi Dassler mulai membangun

sebuah perusahaan sneakers Adidas yang diambil dari namanya sendiri. Adidas sendiri menjadi brand paling terkenal di dalam dunia sepatu atletik. Pelari terkenal Jessie Owens juga menggunakan sepatu Adidas ketika dia memenangkan empat medali emas pada olimpiade tahun 1936.

Selama paruh pertama abad ke-20, sepatu olahraga yang digunakan sebagian besar hanya untuk bermain olahraga. Namun di tahun 1950-an, anak-anak mulai menggunakan sneakers sebagai bentuk dari tren mode terbaru. Bahkan lebih banyak lagi remaja yang mulai mengikuti mode tersebut setelah melihat James Dean, seorang aktor, menggunakan sneakers di dalam film populer Rebel Without a Cause.

Penjualan sepatu sneakers yang sangat luar biasa dimulai pada tahun 1984, dimana pada saat itu Michael Jordan, atlet basket ternama mulai menandatangani kontrak dengan Nike untuk menciptakan sebuah tipe sepatu basket terbaru dengan nama Nike Air Jordans yang pada masanya dikatakan sebagai sneakers paling terkenal yang pernah dibuat. Bahkan hingga saat ini, setelah Jordan pensiun dari dunia basket, sepatunya tetap menjadi penjualan sneakers terbaik. Sebagai perusahaan yang memproduksi sneakers, perusahaan seperti Nike, Adidas, Reebok, dan Puma bersaing ketat selama beberapa dekade belakangan ini dalam menciptakan invoasi-inovasi

baru. Sneakers juga mulai diproduksi untuk berbagai macam olahraga, dari olahraga umum, olahraga ekstrim, olahraga aksi, seperti *skateboarding*, hingga digunakan untuk berjalan. Selain itu, sneakers juga berkembang kegunaannya sebagai bagian dari tren mode. Dengan munculnya inovasi-inovasi terbaru dan muktahir, tentu saja harga yang ditetapkan juga tidaklah rendah. Sneakers dengan teknologi seperti ini pada umumnya dibanderol dengan harga mulai dari satu juta rupiah.

Selain mengembangkan inovasi-inovasi, perusahaan sneakers terkenal seperti Adidas, Nike, Puma, dan sebagainya juga mulai menggaet perusahaan mode terkenal, desainer terkenal ataupun *public figure* dalam menciptakan sneakers terbaru untuk menarik minat konsumen. Sebut saja Adidas yang bekerja sama dengan desainer terkenal asal Jepang bernama Yohji Yamamoto yang menghasilkan brand sneakers baru, yaitu Adidas Y-3. Selain bekerja sama dengan desainer, beberapa perusahaan juga bekerja sama dengan public figure seperti sebuah grup vokal *hip-hop* ternama, yaitu Run-D.M.C. dengan menciptakan jenis sneakers terkenal yaitu Adidas Originals Superstar 80's x Run-D.M.C. Adidas juga bekerja sama dengan atlet terkenal dibidang tennis, yaitu Stanley Roger Smith yang berasal dari Amerika Serikat. Kolaborasi ini menciptakan sebuah tipe sepatu terbaru, yaitu Adidas Stan Smith yang diambil berdasarkan nama atlet tersebut. Namun sepatu ini tidak direkomendasikan dalam

bermain tennis. Sepatu ini lebih dikenal sebagai ikon dari *brand* bergaya bagi pecinta sepatu tennis retro. Dengan adanya kolaborasi dengan bermacam perusahaan mode terkenal, desainer terkenal ataupun public figure, membuat sneakers tentunya memasang banderol yang lebih mahal dari harga biasanya.

Inovasi baru kolaborasi dengan bermacam perusahaan mode terkenal, desainer terkenal ataupun public figure, membuat sneakers mempunyai kelompok penikmat atau pecintanya sendiri. *Sneakerhead* adalah sebutan bagi mereka yang mengoleksi, berjualan atau tukar-menukar hingga mengagumi sneakers sebagi sebuah hobi. Seorang *sneakerhead* juga dapat sangat berpengalaman dalam membedakan mana sepatu yang palsu dengan yang asli.

Di Indonesia sendiri, terdapat sebuah komunitas *sneakerhead*, bernama Indonesia Sneakers Team atau biasa disebut IST. Komunitas yang terbentuk pada tahun 2011 ini, terbentuk karena kecintaan mereka terhadap sneakers dan minat anggotanya dalam mengoleksi dan mengetahui kabar seputar rilisan sneakers terbaru. Selama lima tahun terbentuknya, jumlah anggota IST kini semakin berkembang, termasuk terbentuknya IST per-regional di berbagai kota. Tercatat sebanyak 12 kota yang mendaftarkan komunitas mereka sebagai bagian dari IST ini sendiri, diantaranya ada IST

Bandung, Surabaya, Bekasi, Malang, Samarinda, Bali, Yogjakarta, Surakarta, Semarang, dan Bogor. Dalam menjangkau atau berkomunikasi dengan anggota lainnya, IST mengandalkan salah satu sosial media terkini, yaitu Instagram dengan nama akun @indosneakerteam_. Hingga saat ini, jumlah pengikut atau biasa disebut *followers* IST di Instagram sekitar 59.700-an. Dan untuk komunitas IST per-regional, jumlah followers terbanyak di Instagram dimiliki oleh regional Bandung. IST Bandung yang mempunyai akun Instagram dengan nama akun @istbandung memiliki jumlah *followers* sebanyak 4.608, terbanyak dari akun Instagram regional lainnya.

Dengan IST Bandung yang mempunyai jumlah followers terbanyak diantara komunitas regional lainnya, membuat Bandung menjadi sasaran yang tepat dalam perancangan Museum Sneakers ini. Bandung yang juga mempunyai julukan kota kembang mendapat julukan Paris-nya Indonesia atau sering disebut sebagai Paris van Java. Sebutan Paris van Java muncul pada saat zaman penjajahan kolonial Belanda untuk kota Bandung pada sekitar tahun 1920-1925. Kota Bandung yang dulunya dikenal dengan keindahan alam dan kesejukan udaranya, bahkan hingga saat ini, disukai oleh kolonial Belanda dikarenakan mempunyai kesamaan geografis dengan daerah Perancis selatan. Istilah Paris Van java muncul ketika diadakannya acara Bursa Tahunan atau dalam bahasa Belanda disebut *Jaarbeurs* yang diadakan di sekitar komplek di jalan Aceh. Bursa tahunan

merupakan sebuah pasar malam yang kegiatannya terdapat beberapa acara dan tontonan, seperti teater sandiwara dan musik yang diadakan setiap tahunnya. Julukan Paris Van Java juga berhubungan erat dengan kota mode internasional, Paris. Hal ini salah satu yang membuat kota Bandung memiliki kesamaan dengan kota Paris, yaitu dari segi mode.

Terdapat sebuah organisasi non profit Indonesia di bidang mode yang bernama Indonesian Fashion Chamber (IFC). Organisasi non profit ini telah menetapkan kota Bandung sebagai kota mode di Indonesia. Hal ini dinilai oleh para desainer IFC berdasarkan tingginya antusias penduduk kota Bandung berdasarkan tingginya peminat mode dan perkembangan mode di dunia, dimana sneakers telah menjadi dari bagian mode saat ini, bukan hanya sebatas pelengkap dari berpakaian.

Dengan adanya Museum Sneakers di Indonesia, dapat menjadi suatu wadah pembelajaran dan penyampaian informasi mengenai sejarah dan perkembangan sneakers di dunia bagi masyarakat, khususnya bagi para pecinta sneakers baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Jenis-jenis sneakers juga mempunyai cerita tersendiri dalam pembuatannya. Museum ini merupakan wahana yang tepat menggambarkan bagaimana cerita pembuatan sneakers-sneakers

khusus dan pentingnya pengaruh serta kegunaan sneakers bagi kehidupan. Selain itu, Museum Sneakers juga diharapkan dapat menjadi sarana yang tepat dalam memberi apresiasi bagi mereka yang telah menghadirkan sneakers dalam kehidupan sehari-hari dan menciptakannya hingga saat ini.

1.2. Gagasan Perancangan

Museum merupakan salah satu wahana yang dapat memberikan wawasan edukatif serta rekreatif secara bersamaan. Dimana museum menceritakan bagaimana sebuah sejarah yang terjadi pada kala itu hingga saat ini. Muncul beberapa gagasan perancangan berdasarkan dari latar belakang masalah, dimana dalam perancangan Museum Sneakers benda yang menjadi koleksi dan dipamerkan merupakan sesuatu yang berhubungan dengan sejarah sneakers baik yang sudah lampau hingga perkembangannya saat ini. Selain sejarah dari perkembangan sneakers itu sendiri, ada pun yang akan ditampilkan pada museum ini adalah proses pembuatan sneakers itu sendiri baik secara 2 dimensi ataupun 4 dimensi.



Gambar 1.1 James Dean Menggunakanan Converse Jack Purcell

(Sumber: *https://www.heddels.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

Pada perancangan Museum Sneakers ini, tema yang diambil adalah *Rise of the New Culture*. Pemilihan tema *Rise of the New Culture* terinspirasi dari sebuah pameran museum sneakers di Amerika Serikat yang bernama *Rise of the Sneakers Culture*. Yang dimaksud dengan *Rise of the New Culture* adalah munculnya sebuah kultur baru di masyarakat modern yang berawal dari kecintaan komunitas tersebut terhadap sneakers. Sneakers yang pada awalnya hanya ditujukan khusus untuk berolahraga saja, kegunaannya mulai berkembang menjadi pakaian sehari-hari pada tahun 1950-an. Saat itu seorang aktor hollywood terkenal, James Dean menggunakan sneakers Converse dengan tipe Jack Purcell pada salah satu filmnya. Hal ini membuat para remaja yang melihatnya mendadak mulai menggunakan sneakers ke sekolah mereka. Tenarnya sneakers memang didukung tak lepas dari bantuan publik figur dalam memasarkannya. Selain James Dean yang sukses membuat sneakers menjadi atribut pakaian sehari-hari, ada juga sebuah kelompok vokal bergenre hip hop asal New York, Amerika Serikat bernama Run-D.M.C. Run-D.M.C. yang pada tahun 1986 merilis *single* berjudul "My Adidas" ini mendapat perhatian langsung dari Adidas. Lagu yang berjudul "My Adidas" ini bercerita tentang sneakers Adidas itu sendiri, sukses membuat Run-D.M.C. menanda tangani kontrak kolaborasi dengan Adidas. Menjadikan Run-D.M.C. sebagai pemegang kontrak pertama Adidas bersama non-atlet. Setelah kemunculan lagu "My Adidas", seorang penyanyi rap bernama Ice-T juga mengeluarkan

lagu pertamanya tentang sneakers di tahun 1987. Diikuti oleh MC Shan di tahun berikutnya dan Geto Boys di tahun 1989.

Sejak kemunculan lagu "My Adidas" dan kolaborasi Run-D.M.C. dengan Adidas yang menciptakan sneakers Adidas Superstar Run DMC, menjadikan sneakers identik dengan gaya penyanyi atau penikmat musik hip hop. Pada tahun 1980-an, hip hop yang menjadi tren hingga ke jalanan ini menjadikannya sebagai salah satu dari bagian *street style* membuat sneakers juga mulai menjadi bagian dari *street style* itu sendiri. Dari tahun ke tahun, gaya berpakaian *street style* semakin berkembang. Dimulai dari gaya penyanyi hip hop di tahun 90-an yang identik dengan pakaian yang serba kebesaran dan longgar dengan banyak warna, hingga kini yang lebih terlihat rapih layaknya sedang mengikuti *fashion show*, terutama bagi mereka *sneakerhead*.



Gambar 1.2 Run-D.M.C. menggunakan sneakers Adidas

(Sumber: *https://www.nytimes.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)



Gambar 1.3 Gaya Berpakaian Street Style pada Saat New York's Fall 2016 Men's Show

(Sumber: *https://www.vogue.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

Dengan perkembangan dan perubahan cara berpakaian *street style* yang saat ini lebih merujuk ke arah fashion show, menjadikan kontemporer sebagai gaya desain yang terpilih dalam perancangan ini. Kontemporer yang berdasarkan KBBI adalah pada waktu yang sama; semasa; sewaktu; pada masa kini; dewasa ini. Atau sederhananya adalah yang sedang marak saat ini, dianggap mewakili dari pengertian tema itu sendiri. Selain diartikan sebagai sesuatu yang sedang terjadi saat ini, kontemporer juga dapat berarti sesuatu yang baru. Oleh sebab itu, perancangan Museum Sneakers dengan tema *Rise of the New Culture* merupakan suatu hal yang baru yang belum pernah ada sebelumnya. Dengan mengusung gaya desain kontemporer, bentukan atau gubahan dari pada perancangan museum ini nantinya akan lebih bersifat modern dan inovatif layaknya produsen sneakers yang selalu menciptakan inovasi baru bagi kalangan pencinta sneakers itu sendiri, baik dari segi teknologi maupun desain. Serta dibalut dengan nuansa street style.

Dalam perancangan museum ini, konsep tata ruang yang akan diterapkan, terutama pada bagian sejarah sneakers, yaitu *storyline.* Selain berdasarkan rentang waktu sejarah sneakers itu sendiri, pembagian tata ruang juga nantinya berdasarkan bidang atau kategori sneakers itu sendiri. Seperti adanya ruangan atau area yang membahas sejarah singkat berdirinya pabrik pembuat sneakers ternama, beberapa sneakers yang berpengaruh sepanjang masa, sneakers termahal yang pernah dibuat maupun yang pernah terjual, dan masih banyak lagi. Selain adanya area seperti di atas, penambahan area penunjang seperti ruang diskusi merupakan suatu hal yang menarik dan membantu bagi kalangan *sneakerhead* maupun yang bukan. Dengan adanya kategori seperti itu, diharapkan museum ini dapat menambah wawasan serta apresiasi bagi penemu dan pembuat sneakers kala itu.

1.3. Fokus Permasalahan

Berdasarkan dari penjelasan yang telah diungkapkan sebelumnya, maka fokus permasalahan yang dapat disimpulkan adalah:

- Membangun citra museum sesuai dengan konsep yang telah ditentukan.
- Merancang area museum berdasarkan kategori yang telah ditentukan.

- Menambahkan fasilitas informasi yang jelas dan menarik pada setiap objek pamer agar unsur edukatif dan rekreatif tetap menonjol.

1.4. Permasalahan Perancangan

Berdasarkan dari uraian yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan bahwa permasalahan perancangan yang ada berupa:

- Bagaimana menciptakan sebuah citra yang berasal dari konsep yang telah ditetapkan (dengan penggayaan kontemporer bernuansa street style dengan tema *Rise of the New Culture*)?
- Bagaimana menerapkan perancangan dengan artefak koleksi yang mempunyai jenis bidangnya masing-masing sehingga mendukung penyajian museum secara tematis juga secara fungsional?
- Bagaimana menempatkan fasilitas informasi yang jelas tanpa mengganggu objek pamer agar unsur edukatif dan rekreatif tetap menonjol?

1.5. Maksud dan Tujuan Perancangan

Ada pun maksud dari perancangan Museum Sneakers ini adalah:

1. Untuk menciptakan sebuah fasilitas publik sebagai sarana dokumentasi mengenai sejarah dan perkembangan sneakers dari awal pembuatannya hingga saat ini.
2. Sebagai sarana edukasi sekaligus sarana hiburan bagi masyarakat.

3. Sebagai fasilitas belajar memahami proses pembuatan dari sneakers itu tersebut.
4. Sebagai sarana fasilitas pertemuan bagi mereka pencinta sneakers atau yang biasa disebut *sneakerhead* dengan mereka yang bukan *sneakerhead* itu sendiri.

Ada pun dengan maksud dari perancangan Museum Sneakers di atas dapat terlaksana, ada beberapa tujuan perancangan yang perlu dicapai, yaitu:

1. Untuk merancang interior museum tersebut dengan konsep dan tema yang sesuai dan telah ditentukan sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan jelas oleh pengunjung museum.
2. Terciptanya pembagian ruang yang tepat sesuai bidang artefak itu sendiri, untuk memudahkan pengunjung dalam memahami informasi artefak yang dipamerkan.
3. Adanya fasilitas dan informasi yang jelas dan menarik pada setiap objek pamer.
4. Terdapatnya fasilitas-fasilitas yang mampu memberi kenyamanan bagi pengunjung.