BAB II

TINJAUAN UMUM DAN DATA MUSEUM SNEAKERSS

2.1. Tinjauan Umum Museum

2.1.1. Definisi Museum

Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 1995, museum adalah lembaga, tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan dan pemanfaatan benda-benda bukti materiil hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa

ICOM (International Council of Museums, 1974), menyatakan bahwa Museum adalah:

“Sebuah lembaga yang bersifat tetap dalam memberikan pelayanan terhadap masyarakat dan perkembangannya, tidak mencuri keuntungan, terbuka untuk umum, yang memperoleh, merawat, menghubungkan, dan memamerkan untuk tujuan–tujuan studi, pendidikan, kesenangan, benda-benda pembuktian manusia dan lingkungannya.”

Dalam mendirikan sebuah museum perlu diperhatikan persyaratan-persyaratan teknis seperti persyaratan lokasi museum, persyaratan bangunan, persyaratan koleksi museum, persyaratan peralatan museum, persyaratan

organisasi dan ketenagaan. (Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, 1992/1993 : 16-21)

Menurut Drs. Moch. Amir Sutaarga, museum adalah tempat untuk mengumpulkan, menyimpan, merawat, melestarikan, mengkaji, mengkomunikasikan bukti material hasil budaya manusia, alam dan lingkungannya. (Amir Sutaarga, 1995; 21)

2.1.2. Jenis-jenis Museum

Menurut Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, berdasarkan koleksinya museum dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu:

a. Museum Umum adalah Museum yang koleksinya terdiri darikumpulan bukti material manusia dan lingkungannya yangberkaitan dengan berbagai cabang seni, disiplin ilmu dan teknologi.
b. Museum Khusus adalah Museum yang koleksinya terdiri darikumpulan bukti material manusia atau lingkungannya yang berkaitandengan satu cabang seni, satu cabang ilmu atau satu cabangteknologi.

(Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1992/1993:26)

Berdasarkan kedudukannya, terdapat tiga jenis museum:

- Museum nasional

  Museum yang koleksinya terdiri dari kumpulan benda yang berasaldari, mewakili, dan berkaitan dengan bukti material manusia ataulingkungannya dari seluruh wilayah Indonesia yang bernilai nasional.

- Museum provinsi

  Museum yang koleksinya berasal dari wilayah provinsi dimanamuseum tersebut berada.

- Museum lokal

  Museum yang koleksinya dari wilayah kabupaten atau kota dimanamuseum tersebut berada.

(Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1992/1993:26-27)

Berdasarkan penyelenggara, yaitu terdapat dua jenis:

- Museum pemerintah adalah museum yang diselenggarakan dandikelola oleh pemerintah. Museum ini dapat dibagi lagi dalammuseum yang dikelola oleh pemerintah pusat dan yang dikelola olehpemerintah daerah.
- Museum swasta adalah museum yang diselenggarakan dan dikelolaoleh swasta.

(Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1992/1993:27)

2.1.3. Fungsi, Peran dan Kegiatan Museum

Museum pada mulanya berfungsi sebagai gudang barang, tempat dimana disimpan barang-barang warisan budaya yang bernilai luhur dan yang dirasakan patut disimpan. Kemudian fungsinya ditambah dengan fungsi pemeliharaan, pengawetan, penyajian atau pameran, dan akhirnya meluas sebagai fungsi pendidikan secara umum untukmasyarakat umum atau masyarakat luas.

(Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1992/1993 : 3)

Peran Museum secara umum adalah:

- Menghindarkan bangsa dari kemiskinan kebudayaan.
- Turut menyalurkan dan memperluas pengetahuan secara massal.
- Memberikan kesempatan dan bantuan dalam penyelidikanmasalah.
- Memajukan kesenian dan kerajinan rakyat.

(Amir Sutaarga, 1962 : 23, 27)

Berikut merupakan kegiatan museum secara rinci yang dijelaskan oleh Drs. Moch. Amir Sutaarga: (Sutaarga, 1989).

- Pengumpulan atau pengadaan.

  Tidak semua benda padat dimasukkan ke dalam koleksimuseum, hanyalah benda-benda yang memenuhi syarat-syarat tertentu, yakni:

- Harus mempunyai nilai budaya, ilmiah dan nilai estetika.
- Harus dapat diidentifikasi mengenai wujud, asal, tipe,gaya, dan sebagainya.
- Harus dapat dianggap sebagai dokumen.

- Pemeliharaan

  Tugas pemeliharaan ada 2 aspek, yakni:

  - Aspek Teknis

    Dimana benda-benda materi koleksi harus dipelihara dan diawetkan serta dipertahankan agar tetap awet dan tercegah dari kemungkinan kerusakan yang terjadi.

  - Aspek Administrasi

    Benda-benda materi koleksi harus mempunyai keterangan tertulis yang menjadikan benda-benda koleksi tersebut bersifat monumental.

- Konservasi

  Merupakan usaha pemeliharaan, perawatan, perbaikan, pencegahan dan penjagaan benda-benda koleksi dari penyebab kerusakan.

- Penelitian

  Bentuk penelitian ada 2 macam:

  - Penelitian Intern

    Penelitian yang dilakukan oleh kurator untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan museum yang bersangkutan.

- Penelitian Ekstern

  Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dari luar, seperti mahasiswa, pelajar, umum dan lain-lain untuk kepentingan karya ilmiah, skripsi, karya tulis, dll.

- Pendidikan

  Kegiatan disini lebih ditekankan pada pengenalan benda-benda materi koleksi yang dipamerkan:

  - Pendidikan Formal

    Berupa seminar-seminar, diskusi, ceramah, dan sebagainya.

  - Pendidikan Non Formal

    Berupa kegiatan pameran, pemutaran film, slide, dan sebagainya.

- Rekreasi

  Sifat pameran mengandung arti untuk dinikmati dan dihayati, yang mana merupakan kegiatan rekreasi yang segar, tidak diperlukan konsentrasi yang akan menimbulkan keletihan dan kebosanan.

2.1.4. Tujuan Museum

Tujuan museum dapat diuraikan sebagai berikut:

- Melestarikan bukti material manusia dengan lingkunganya agar dapat dijaga dan dimanfaatkan.

- Meningkatkan penghayatan budaya agar terhindar dari kemiskinan kebudayaan.
- Membantu untuk peningkatan dan pengembangan kecerdasan bangsa.
- Membina dan mengembangkan seni, ilmu dan teknologi.

(Departemen Pendidikan dan kebudayaan,1992/1993:27).

2.2. Tinjauan Umum Sneakers

2.2.1. Sejarah Singkat Perkembangan Sneakers Dunia

A. Definisi Kata Sneakers

Sepatu merupakan salah satu jenis alas kaki yang kegunaannya untuk melindungi dan memberikan kenyamanan bagi kaki manusia dalam melakukan berbagai macam kegiatan. Selain sebagai pelindung kaki, kegunaan sepatu juga telah berkembang, yaitu sebagai pelengkap mode. Jenis-jenis sepatu pun beragam, dimana sneakers merupakan salah satu jenis yang sampai sekarang masih banyak diminati dan dipakai dalam sehari-hari.

Sneakers sendiri merupakan jenis sepatu yang didesain khususnya untuk kegiatan berolahraga maupun latihan fisik lainnya. Sneakers sendiri dinamakan begitu simpel, yaitu berasal dari kata *sneaks*, yang berarti menyelinap. Nama sneakers muncul pada tahun 1800-an, dimana kala itu kata

sneaks sering digunakan narapidana di Amerika Serikat untuk menyebutkan kelakuan sipir yang sering menyelinap atau mengendap dalam melakukan kecurangan terhadap narapidana kala itu. Hal ini juga didasari dengan sepatu yang digunakan sipir saat itu. Dimana bahan sepatu yang digunakan bersol karet, yang membuat sipir ketika berjalan tidak menghasilkan bunyi berisik apapun dibanding jenis sepatu lainnya.

B. Sejarah Singkat Perkembangan Sneakers Dunia

Bagi para pengguna sneakers, sudah selayaknya mengucapkan terima kasih kepada Charles Goodyear. Mendengar nama Charles Goodyear, umumnya akan beranggapan bahwa Charles merupakan pendiri dari perusahaan ban terkenal Goodyear. Tapi ternyata itu salah. Charles bukan lah pendiri dari perusahan ban terkenal tersebut. Namanya dipakai sebagai nama perusahaan Goodyear karena dianggap berjasa dalam penemuannya dalam proses vulkanisasi. Vulkanisasi merupakan sebuah proses kimia dalam mengubah karet atau polimer sejenis menjadi bahan yang lebih tahan lama melalui penambahan belerang atau bahan lain yang setara dapat menyembuhkan, yang membuat karet bisa dibentuk menjadi material lain yang

berguna. Proses inilah diterapkan dalam pembuatan sol sepatu karet.

Akan tetapi ide untuk membuat sepatu dengan sol karet dianggap ide yang buruk hingga akhir abad ke-18. Sampai akhirnya mulai *booming* sebuat sepatu berbahan karet dengan nama *plimsoll*. Namun jenis sepatu tersebut tidak bertahan lama kepopulerannya, karena dianggap tidak nyaman dalam pemakaian dan dinilai sulit membedakan sisi kanan dan kiri, karena sepatu plimsoll tidak memiliki kedua sisi tersebut.

Plimsoll merupakan sebauh jenis sepatu atletik dimana bahannya terbuat dari kanvas untuk bagian atas dan karet untuk bagian solnya. Plimsoll diciptakan sekitar tahun 1830-an oleh perusahaan karet di Liverpool sebagai atribut dari pakaian pantai. Namun penamaan plimsoll muncul sekitar tahun 1870-an, dimana nama tersebut diambil berdasarkan buku dari Nicholette Jones yang berjudul *The Plimsoll Sensation*. Penamaan tersebut terinspirasi dari garis plimsoll pada lambung kapal, dimana garis plimsoll kapal berfungsi sebagai penanda bila air mancapai atau melewati garis plimsoll. Bila hal itu terjadi, maka lambung kapal akan terpenuhi oleh permukaan air. Hal ini lah yang mendasari atau menginspirasi dari pembuatan dari sol sepatu plimsoll.

Pada tahun 1895, sebuah perusahaan asal Inggris J.W. Foster and Sons(kini dikenal sebagai Reebok), menciptakan sebuah sepatu yang didesain khusus untuk berlari. Sepatu yang dirancang dengan tambahan *spiked* pada bagian tapak depannya memungkinkan penggunanya dalam menambag daya tarik dan kecepatan yang lebih besar. Perusahaan tersebut sepatu lari buatan tangan dengan kualitas tinggi bagi para atlet hampir ke seluruh dunia. Dimana pada akhirnya, perusahaan tersebut menandatangani kontrak untuk pembuatan sepatu lari dengan tim Inggris Raya di Olimpiade tahun 1924, yang membuat Harold Abrahams dan Eric Liddel memenangi *sprint* pada kategori 100 m dan 400 m.

Model sepatu ini juga mulai mewabah di Amerika pada pergantian abad ke-20, dimana jenis sepatu ini akhirnya dinamakan sneakers. Pada tahun 1892, U.S. Rubber Company mulai memperkenalkan sepatu dengan sol karet pertama di negara tersebut, yang akhirnya memicu lonjakan dan permintaan dari jenis sepatu tersebut. Spalding merupakan sepatu basket pertama yang dirancang pada awal tahun 1907. Pangsa pasar bagi sneakers mulai meningkat setelah Perang Dunia I, dimana olahraga dan atletik merupakan cara untuk menunjukkan moral dan sikap patriotisme yang baik dan benar. Pasar sneakers di Amerika

Serikat berkembang denga baik ketika para remaja laki-laki membeli sepatu yang di-*endorse* oleh pemain *American Football* Jim Thorpe dan sepatu Converse All Stars yang di-endorse oleh pemain basker bernama Chuck Taylor.

Selama periode antarperang, disebut juga masa *Interbellum*, sepatu atletik mulai dipasarkan untuk jenis olahraga yang berbeda, dimana desain bagi laki-laki dan perempuan mulai dibedakan. Sepatu atletik banyak digunakan oleh atlet untuk bersaing di olimpiade, yang penggunaannya membantu dalam mempopulerkan sepatu atletik di kalangan masyarakat umum. Pada tahun 1936, sebuah pabrikan sepatu asal Perancis dengan nama Spring Court menciptakan sepatu tenis pertama berbahan kanvas yang menampilkan delapan tanda saluran ventilasi pada sol karet yang divulkanisir.

Kemudian pada tahun 1936, seorang pria bernama Adolf "Adi" Dassler ini, mulai memproduksi sepatu olahraga buatannya sendiri di Herzogenaurach, Bavaria, usai kepulangannya dari Perang Dunia I, dan mendirikan pabrik sepatu terkemuka, yang saat ini dikenal sebagai Adidas. Dassler saat itu berhasil memasarkan sepatunya untuk atlet pada Olimpiade Musim Panas 1936. Dimana kala itu, Dassler mensponsori atlet Afrika-Amerika Jesse Owens dengan produk buatannya

sendiri. Jesse Owens sendiri berhasil memenangkan empat medali emas pada bidang lari. Sejak saat itu, bisnis Dassler *booming* dimana Adidas, dengan nama awal Gebrüder Dassler Schuhfabrik mulai dari awal berdirinya 1924 hingga 1994, berhasil menjual 200.000 pasang sepatu setiap tahunnya sebelum Perang Dunia II.

Selama tahun 1950-an, anak-anak dan remaja di Amerika Serikat mulai memakai sneakers sebagai bagian dari seragam sekolah mereka. Penjualan sneakers melonjak begitu tinggi, dan mulai berdampak negatis pada sentra penjualan sepatu kulit konvensional, yang pada saat itu mengarah kepersaingan sengit di segi iklan untuk pangsa pasar pada akhir tahun 1950-an. Tahun 1970-an, joging sebagai olahraga atau latihan menjadi semakin populer, membuat munculnya sepatu untuk *trainers* yang dirancang khusus untuk kenyamanan saat joging terjual dengan laris. Perusahaan-perusahaan sepatu olahraga juga mulai memasarkan produk mereka sebagai bagian dari gaya hidup. Hingga akhirnya munculnya sepatu khusus sepakbola, basket, joging, jalan santai, *hiking*, dan sebagainya. Setiap olahraga memiliki jenis sepatunya sendiri, yang memungkinkan penerapan podiatris dalam perkembangan teknologi sepatu atletik.

Selama tahun 1990-an, berbagai perusahaan sepatu mulai menyempurnakan model serta cara pemasaran mereka. Kerja sama atau biasa disebut *endorsement* mulai meningkat di dunia olahraga dengan anggaran pemasaran meningkat dari yang ditentukan. Sneakers mulai menjadi elemen dari mode dan gambaran identitas serta kepribadian dibanding sebagai alat bantu dari berolahraga saja.

Dari tahun 1970, dimana hanya ada lima model saja berkembang menjadi 285 model pada tahun 1998 dan hingga tahun 2012 menjadi 3.371 jumlah model sepatu olahraga yang telah berkembang pesat di Amerika Serikat.

Berikut merupakan daftar beberapa sepatu yang dianggap sebagai cikal-bakal perkembangan sneakers baik bagi bagi perusahaan mereka sendiri maupun perkembangan sneakers di dunia mulai dari kemunculannya di tahun 1800-an:

Tabel 2.1 Daftar sepatu yang menjadi cikal-bakal perkembangan sneakers di dunia

No	Nama/tipe Sepatu	Tahun Rilis	Brand (Asal)
1	Sepatu khusus lari pertama	1800	-
2	J.W. Foster & Sons Spike Shoe	1890	J.W. Foster & Sons (sekarang bernama Reebok, Inggris Raya)
3	Keds Sneaker	1892	Keds (Amerika Serikat)
4	Converse All-Star	1917	Converse (Amerika

	Basketball		Serikat)
5	Converse Chuck Taylor All-Star	1921	Converse (Amerika Serikat)
6	Spring Court G1	1924	Spring Court (Perancis)
7	Superga Cotu 2750	1925	Superga (Italia)
8	Adidas Track Spikes	1936	Adidas (Jerman)
9	BF Good Rich PF Flyer	1938	PF Flyer (Amerika Serikat)
10	Puma Atom	1948	Puma (Jerman)
11	Onitsuka Basketball Shoe	1949	Asics (Jepang)
12	Adidas Samba	1950	Adidas (Jerman)
13	Onitsuka Tiger	1950	Asics (Jepang)
14	Puma Super Atom	1952	Puma (Jerman)
15	New Balance Trackster	1960	New Balance (Amerika Serikat)
16	Nike Cortez	1964	Nike (Amerika Serikat)
17	Adidas Stan Smith	1964	Adidas (Jerman)
18	Vans Authentic	1966	Vans (Amerika Serikat)
19	Adidas Gazelle OG	1968	Adidas (Jerman)
20	Adidas Superstar	1969	Adidas (Jerman)
21	Converse Jack Purcell	1970	Converse (Amerika Serikat)
22	Puma Clyde	1973	Puma (Jerman)
23	Nike Blazer	1973	Nike (Amerika Serikat)
24	Hi-Tec Squash	1974	Hi-Tec (Inggris, sekarang di Belanda)
25	Vans Era 95	1975	Vans (Amerika Serikat)
26	Asics Tiger Corsair	1977	Asics (Jepang)
27	Vans Old Skool	1977	Vans (Amerika Serikat)
28	Nike Air Tailwind	1979	Nike (Amerika Serikat)
29	Etonic x Fred Perry	1981	Fred Perry (Inggris)
30	Saucony Jazz	1981	Saucony (Amerika Serikat)
31	Converse Magic Johnson	1983	Converse (Amerika Serikat)
32	Nike Air Force 1	1982	Nike (Amerika Serikat)
33	Reebok Classic	1983	Reebok (Inggris Raya)
34	Reebok Exo Fit Classic	1983	Reebok (Inggris Raya)
35	Nike Air Jordan 1	1985	Nike (Amerika Serikat)
36	Adidas Micropacer	1986	Adidas (Jerman)

37	Adidas Superstar Run DMC	1986	Adidas (Jerman)
38	Nike Air Max 1	1987	Nike (Amerika Serikat)
39	Nike Air Trainer 1	1987	Nike (Amerika Serikat)
40	New Balance 996	1988	New Balance (Amerika Serikat)
41	Fila F13	1988	Fila (Korea Selatan, dulu Italia)
42	New Balance 574	1988	New Balance (Amerika Serikat)
43	Reebok Pump	1989	Reebok (Inggris Raya)
44	Asics Gel III	1990	Asics (Jepang)
45	Nike Air Max 90	1990	Nike (Amerika Serikat)
46	Puma Disc	1991	Puma (Jerman)
47	Vans Half Cab	1992	Vans (Amerika Serikat)
48	Nike Air Mag	2011	Nike (Amerika Serikat)
49	Nike Flyknit	2012	Nike (Amerika Serikat)
50	Adidas Ultra Boost	2015	Adidas (Jerman)

(Sumber: *http://theidleman.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

2.2.2. Sneakers Paling Berpengaruh dan Termahal yang Pernah Dibuat

Dalam kemunculan pertama hingga saat ini, telah bermunculan berbagai macam jenis sneakers yang ada. Dengan dibarengi desain dan teknologi-teknologi yang digunakan. Terdapat beberapa sneakers yang dianggap paling berpengaruh terhadap dunia perkembangan sneakers, berikut merupakan 10 sneakers paling berpengaruh berdasarkan majalah Complex (2013), diurutkan berdasarkan peringkatnya:

Tabel 2.2 Sneakers yang dianggap paling berpengaruh

No	Nama/tipe Sepatu	Tahun Rilis	Brand (Asal)	Gambar Sneakers
1	Nike Air Force 1	1982	Nike (Amerika Serikat)	 **Gambar 2.1 Nike Air Force 1** (Sumber: *http://theidleman.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
2	Air Jordan 1	1985	Nike (Amerika Serikat)	 **Gambar 2.2 Nike Air Jordan 1** (Sumber: *http://theidleman.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
3	Vans Half Cab	1992	Vans (Amerika Serikat)	 **Gambar 2.3 Vans Half Cab** (Sumber: *http://theidleman.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
4	Converse All Star Basketball	1917	Converse (Amerika Serikat)	 **Gambar 2.4 Converse All Star Basketball seri pertama** (Sumber: *http://theidleman.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
5	Adidas Samba	1950	Adidas (Jerman)	 **Gambar 2.5 Adidas Samba seri pertama** (Sumber: *http://theidleman.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

6	Nike LeBron 8 "South Beach"	2010	Nike (Amerika Serikat)	 **Gambar 2.6 Nike LeBron 8 "South Beach"** (Sumber: *http://theidleman.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
7	Adidas Superstar	1969	Adidas (Jerman)	 **Gambar 2.7 Adidas Superstar** (Sumber: *http://theidleman.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
8	Asics Tiger Corsair	1977	Asics (Jepang)	 **Gambar 2.8 Asics Tiger Corsair** (Sumber: *http://theidleman.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
9	Puma Clyde	1973	Puma (Jerman)	 **Gambar 2.9 Puma Clyde** (Sumber: *https://hypebeast.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
10	Air Jordan III	1988	Nike (Amerika Serikat)	 **Gambar 2.10 Nike Air Jordan III** (Sumber: *http://theidleman.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

(Sumber: *http://www.complex.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

Selain terkenal dengan pengaruhnya, sneakers juga terkenal dengan harganya yang bisa dibilang di atas rata-rata harga sepatu pada umumnya. Hal ini dikarenakan terus berkembangnya inovasi-inovasi yang diberikan. Berikut merupakan 10 sneakers yang pernah dibuat dengan harga paling mahal, menurut majalah Sneaker Freaker (2016):

Tabel 2.3 Sneakers Paling Mahal yang Pernah Terjual dan Dibuat

No	Nama/tipe Sepatu	Tahun Rilis	Brand (Asal)	Harga	Gambar Sneakers
1	Kobe's All Black Jordan PE 1-XXX	2016	Nike (Amerika Serikat)	$204.100	 **Gambar 2.11 Kobe's All Black Jordan PE 1-XXX** (Sumber: *http://sneakerbardetroit.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
2	Nike Air Yeezy 1 (Prototip Grammy)	2008	Nike (Amerika Serikat)	$50.000	 **Gambar 2.12 Nike Air Yeezy 1 (Prototip Grammy)** (Sumber: *http://nicekicks.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

3	Nike Air Mag	2011	Nike (Amerika Serikat)	$37.500	 **Gambar 2.13 Nike Air Mag** (Sumber: *http://theidleman.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
4	Nike Air Jordan 3 (1988 OG)	1988	Nike (Amerika Serikat)	$29.999	
5	Adidas Yeezy Boost 750, ditanda tangani Kanye West	2015	Adidas (Jerman)	$25.000	 **Gambar 2.14 Yeezy Boost 750** (Sumber: *http://highsnobiety.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
6	Eminem x Carhartt x Air Jordan 4	2015	Nike (Amerika Serikat)	$18.000	 **Gambar 2.15 Eminem x Carhartt x Air Jordan 4** (Sumber: *http://highsnobiety.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
7	Nike Dunk SB High ‘FLOM’	2005	Nike (Amerika Serikat)	$17.250	 **Gambar 2.16 Nike Dunk SB High 'FLOM'** (Sumber: *http://complex.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

8	Nike Dunk High (WU-TANG)	1999	Nike (Amerika Serikat)	$15.000	 **Gambar 2.17 Nike Dunk High (WU-TANG)** (Sumber: *http://sneakernews.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
9	Nike Dunk Low Pro SB "Paris"	2003	Nike (Amerika Serikat)	$10.000	 **Gambar 2.18 Nike Dunk Low Pro SB "Paris"** (Sumber: *http://sneakerfreaker.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
10	Adidas Crazy 8, ditanda tangani Kobe Bryant	1999	Adidas (Jerman)	$7.999	 **Gambar 2.19 Adidas Crazy 8 tanda tangan Kobe Bryant** (Sumber: *http://sneakerfreaker.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

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

Dengan daftar deretan sneakers yang mengisi sejarah dunia sneakers, tentunya perkembangan sneakers model terkini telah mengalami perubahan yang siginifikan terutama ke arah yang lebih baik. Berikut merupakan sepuluh daftar sneakers terpopuler yang bisa dibilang juga terbaik dari dua tahun belakangan ini:

Tabel 2.4 Sneakers terpopuler dan terbaru

No	Nama/tipe Sepatu	Tahun Rilis	Brand (Asal)	Gambar Sneakers
1	Adidas Yeezy Boost 350	2015	Adidas (Jerman)	 **Gambar 2.20 Adidas Yeezy Boost 350** (Sumber: *http://highsnobiety.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
2	Nike x ACRONYM Air Force 1	2015	Nike (Amerika Serikat)	 **Gambar 2.21 Nike x ACRONYM Air Force 1** (Sumber: *http://highsnobiety.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
3	Adidas Ultra Boost	2015	Adidas (Jerman)	 **Gambar 2.22 Adidas Ultra Boost** (Sumber: *http://highsnobiety.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
4	Converse Chuck Taylor All Star 2	2015	Converse (Amerika Serikat)	 **Gambar 2.23 Converse Chuck Taylor All Star 2** (Sumber: *http://highsnobiety.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

5	CNCPTS x New Balance 997 “Luxury Goods”	2015	New Balance (Amerika Serikat)	 **Gambar 2.24 CNCPTS x New Balance 997 “Luxury Goods”** (Sumber: *http://highsnobiety.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
6	Adidas NMD	2016	Adidas (Jerman)	 **Gambar 2.25 Adidas NMD** (Sumber: *http://highsnobiety.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
7	Puma Creeper x Rihanna	2016	Puma (Jerman)	 **Gambar 2.26 Puma Creeper x Rihanna** (Sumber: *http://highsnobiety.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
8	NikeLab Air Presto Mid x ACRONYM	2016	Nike (Amerika Serikat)	 **Gambar 2.27 NikeLab Air Presto Mid x ACRONYM** (Sumber: *http://highsnobiety.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

9	Gosha Rubchinskiy x Reebok Phase One Pro	2016	Reebok (Inggris)	 **Gambar 2.28 Gosha Rubchinskiy x Reebok Phase One Pro** (Sumber: *http://highsnobiety.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)
10	Nike Air Jordan 1 "Banned" Retro OG	2016	Nike (Amerika Serikat)	 **Gambar 2.29 Nike Air Jordan 1 "Banned" Retro OG** (Sumber: *http://highsnobiety.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

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

2.2.3. Profil Singkat Perusahaan Produsen Sneakers Ternama Dunia

Berikut merupakan profil singkat dari beberapa perusahaan produsen sneakers ternama dan terbesar dunia yang hingga saat ini masih ada:

A. Adidas

Adidas merupakan sebuah produsen sepatu olahraga ternama yang berasal dari Jerman. Kemunculan produk Adidas berawal ketika Adolf "Adi" Dassler mendaftarkan *Gebrüder*

Dassler Schuhfabrik yang artinya Pabrik Sepatu Dassler Bersaudara pada tahun 1924, dimana Rudolf Dassler, saudara kandung Adolf, juga bergabung dengan perusahaan ini. Perusahaan sepatu ini didirikan dengan tujuan membuat pakaian dan peralatan olahraga terbaik. Hal ini terbukti ketika Dassler berhasil memasarkan sepatunya untuk atlet pada Olimpiade Musim Panas 1936. Dimana saat itu, Dassler mensponsori atlet Amerika Serikat Jesse Owens dengan produk buatannya sendiri. Jesse Owens sendiri berhasil memenangkan empat medali emas pada bidang lari. Sejak saat itu, bisnis Dassler *booming* dimana Adidas, dengan nama awal Gebrüder Dassler Schuhfabrik mulai dari awal berdirinya 1924 hingga 1994, berhasil menjual 200.000 pasang sepatu setiap tahunnya sebelum Perang Dunia II.

Tepatnya pada tanggal 18 Agustus 1949, Adolf Dassler mulai mendaftarkan Adi Dassler adidas Sportschuhfabrik atau yang sekarang lebih dikenal dengan nama Adidas sebagai perusahaan produsen sepatu dan perlengkapan olahraga di kota kecil bernama Herzonaurach. Adidas memulai langkah awalnya dengan total karyawan sebanyak 47 orang.

Gebrakan baru tersebut ternyata berhasil membantu membuat sejarah dalam dunia sepakbola. Saat itu tim nasional

sepakbola Jerman Barat, kini telah bersatu dengan Jerman Timur menjadi Jerman, berhadapan dengan Hungaria di partai final Piala Dunia 1954 dan memenangkan pertandingan tersebut dan menjuarai kompetisi terbesar sepakbola dunia. Kemenangan Jerman di partai final tersebut menjadi pembicaraan di seluruh dunia selama beberapa dekade. Hal tersebut membuat Adidas semakin dikenal di seluruh dunia. Pasalnya Adidas merupakan *sponsor apparel* yang sah bagi tim nasional sepakbola Jerman, tepatnya dalam penyuplai sepatu sepakbola mereka.

Setelah kesuksesan Adidas di kancah sepakbola dunia, keberadaan Adidas mulai diperhitungkan. Terdapat beberapa saingan terbesar Adidas seperti Puma, yang notabene merupakan perusahaan sepatu milik saudaranya sendiri, yaitu Rudolf Dassler. Rudolf yang memutuskan keluar dari perusahaan Gebrüder Dassler Schuhfabrik pada tanggal 1 Oktober 1948 mulai mendaftarkan perusahaan Puma secara resmi. Persaingan pun dimulai sejak saat itu antara Adidas dan Puma. Masyarakat tertarik melihat produk siapakah yang lebih diminati orang luar negeri.

Selain Puma, rival terberat Adidas adalah perusahaan Nike yang berasal dari Amerika Serikat. Persaingan dengan Nike

merupakan salah satu persaingan terbesar di dunia. Persaingan tersebut berlanjut hingga saat ini, bahkan terhadap atlet sepakbola yang mereka sponsori, seperti Lionel Messi yang merupakan *brand ambassador* dari Adidas dengan Cristiano Ronaldo brand ambassador dari Nike. Persaingan keduanya juga merupakan salah satu persaingan terbesar dan tergigih baik di dunia olahraga maupun tidak. Pasalnya kedua pemain tersebut merupakan kedua atlet sepakbola terbaik saat ini yang masih aktif dan terus bersaing siapakah yang menjadi pemain sepakbola terbaik.

Selain dikenal dalam membuat sepatu olahraga, Adidas juga mengembangkan sayapnya di dunia *fashion*. Terbukti ketika Adidas mulai mengeluarkan produk barunya pada tahun 1969, Adidas Superstar. Awalnya Adidas Superstar dirancang untuk bermain basket, namun akhirnya penggunaan sneakers ini mulai bergeser ketika para pengguna skateboard dan peminat *street style* mulai menggunakannya. Adidas Superstar kembali populer pada tahun 1986 ketika sebuah grup vokal bergenre hip hop, Run DMC mempopulerkan lagu "My Adidas". Hal ini membuat Adidas tertarik dan mulai menanda tangani kontrak dengan Run DMC, yang menjadi kolaborasi pertama dengan yang bukan atlet. Dengan adanya kontrak kolaborasi Adidas dengan Run DMC, membuka peluang bahwa sneakers bukan

hanya dikhususkan untuk kegiatan olahraga saja, namun juga untuk kegiatan sehari-hari bahkan dalam dunia fashion.



Gambar 2.30 Adidas Superstar x Run DMC

(Sumber: *http://theidleman.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

B. Puma

Rudolf Dassler, orang dibalik berdirinya perusahaan olahraga Puma adalah kakak kandung dari Adolf Dassler, pendiri dari perusahaan terkenal Adidas. Rudolf yang merupakan pengrajin sepatu juga, pernah bergabung dan bekerja bersama dengan adiknya di perusahaan keluarga mereka, pada tahun 1924. Namun pada tahun 1948, seiring dengan berlangsungnya Perang Dunia ke-2, Rudolf memutuskan untuk mendirikan dan mendaftarkan perusahaannya sendiri, yaitu Puma. Di tahun yang sama, Puma mengeluarkan produk pertamanya berupa sepatu sepakbola dengan nama "ATOM". Beberapa pemain sepakbola tim nasional Jerman Barat menggunakan sepatu Puma pada pertandingan melawan Swiss di tahun 1950.

Dengan kemunculan Puma, membuat Adidas mempunyai rival di bidang yang sama, yang juga berasal dari negara dan kota yang sama. Hal ini membuat atlet-atlet Jerman di kancah olimpiade harus memilih produk dari perusahaan mana yang akan mereka pakai pada saat bertanding. Di luar rivalitas kedua perusahaan tersebut pada saat olimpiade, atlet Jerman sukses dalam rangkaian pertandingan ajang olahraga internasional terbesar itu. Terbukti. Pada pertandingan Olimpiade 1964 di Tokyo, terdapat tiga atlet yang berhasil meraih medali emas, yaitu Gaston Roelants atlet lari halang rintang dari Belgia, Mary Rand yang membela Great Britain berhasil di kategori lompat jauh dan yang terakhir Abebe Bikila dari Ethiopia yang meraih medali emas di ajang maraton.

Di tahun 1967, logo anyar Puma berupa kucing yang melompat muncul. Logo tersebut diciptakan oleh seorang kartunis yang berasal dari Nuremberg, Lutz Backes. Di tahun yang sama juga Puma mengembangkan pemasarannya yang tidak hanya mencakup pembuatan sepatu, namun juga peralatan olahraga lainnya.



Gambar 2.31 Puma Clyde

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

Salah satu sneakers terbaik Puma yang pernah dibuat adalah Puma Clyde yang diproduksi pertama kali pada tahun 1973. Puma Clyde yang juga merupakan salah satu sneakers paling berpengaruh di dunia sneakers ini, muncul ketika seorang atlet basket asal Amerika Serikat bernama Walt "Clyde" Frazier meminta langsung kepada Puma untuk dibuatkan sepatu basket khusus berbahan *suedes*, yaitu jenis kulit dengan permukaan halus, seperti beludru. Nama Clyde sendiri diambil dari nama panggilan Walt Frazier di lapangan, yang dia ciptakan sendiri untuk dirinya karena ia dikenal lihai dalam merebut bola dari lawan dan juga dikenal dengan gayanya berpakaiannya yang warna-warni dan nyentrik di kala pertandingan sedang jeda di lapangan. Meski Puma Clyde sendiri tampilannya tidak senyentrik Walter Clyde sendiri, namun desain Puma Clyde yang semi modern kala itu membuat berbagai produsen sneakers mengikuti model Puma Clyde itu sendiri.

Dengan total aset sebesar 2,6 miliar euro di akhir tahun 2015, membuat Puma masih menjadi salah satu perusahaan produk olahraga terbesar di dunia.

C. Nike

Nike adalah sebuah perusahaan multinational dari Amerika Serikat yang bergerak di bidang yang sama dengan Adidas, Puma dan Reebok. Nike yang awalnya bernama Blue Ribbon Sports ini muncul pada tahun 1964 yang diprakarsai oleh Phil Knight, seorang atlet lari dan pelatihnya sendiri, Bill Bowerman. Nike yang terdaftar sebagai Nike, Inc. ini pada awalnya merupakan sebuah perusahaan yang dioperasikan sebagai distributor untuk pembuat sepatu asal Jepang, Ontisuka Tiger yang sekarang lebih dikenal sebagai ASICS.

Pada tahun 1971, Blue Ribbon Sports resmi berganti nama menjadi Nike, Inc. Pemilihan nama ini berdasarkan dari nama dewi kemenangan dari Yunani, yaitu Nike yang dipilih oleh Jeff Johnson, seorang pelari yang juga merupakan karyawan pertama dari perusahaan Nike. Pada tahun yang sama, logo Nike muncul dan diciptakan oleh seoarang mahasiswi jurusan desain dari Portland State University. Kemunculan logo *familiar* Nike, yaitu "Swoosh", diinginkan oleh Knight karena

dia membutuhkan logo untuk dicantumkan di sisi produk sepatunya.



Gambar 2.32 Logo Swoosh Nike dengan semboyan

(Sumber: *http://seeklogo.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

Selain terkenal dengan logo centangnya, Nike juga terkenal dengan slogannya berupa "Just Do It". Slogan ini muncul pada tahun 1988 yang terinspirasi dari kata-kata terakhir seorang pembunuh yang hendak dihukum mati, yaitu Gary Gilmore.

Gary Gilmore yang merupakan seorang kriminal asal Amerika Serikat yang dihukum mati pada tahun 1977 atas tindakannya yang merampok serta membunuh dua orang pria. Sebelum dihukum mati, Gilmore mengatakan kalimat terakhirnya, yaitu "Let's do it". Kalimat ini lah yang menginspirasi Dan Wieden, pendiri dari Wieden+Kennedy, sebuah agensi periklanan di Amerika yang menjadi biro iklan utama Nike, untuk membuat slogan Just Do It. Terbukti dengan adanya slogan ini, menaikkan keuntungan dari 18% menjadi 43% penjualan di seluruh dunia dari tahun 1988 hingga 1998.



Gambar 2.33 Nike Air Max 1

(Sumber: *http://theidleman.com/history-of-sneakers diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

Nike juga terkenal dengan inovasi yang terkesan brilian, seperti teknologi "Air" yang sampai saat ini masih digunakan dalam pembuatan sepatu-sepatu Nike. Teknologi Air pada Nike muncul pada tahun 1979 dibarengi dengan keluarnya produk Nike Air Tailwind. Teknologi Nike Air menggunakan bantalan udara besar yang disisipkan pada tumit yang dapat terlihat pada sisi midsole sepatu hampir di setiap model.

Selain terkenal dengan teknologi Nike Air, Nike juga terkenal dengan sepatu Nike Air Jordan yang merupakan kolaborasi antara Nike dengan atlet basket ternama, Michael Jordan. Nike Air Jordan yang menggunakan teknologi Air, muncul pertama pada tahun 1985 sebagai tipe Nike Air Jordan 1. Tipe pertama dari Nike Air Jordan ini pada awalnya didesain dengan warna merah dan hitam, kemudian Nike menambahkan unsur warna putih ke dalam sepatu tersebut karena desain warna tersebut dianggap tidak mewakili warna dasar dari logo dan *jersey* tim basket Chicago Bulls, tim

dimana Michael bermain. Karena kurangnya warna putih pada desain Nike Air Jordan 1, hal ini membuat Nike harus membayar $5.000 kepada Michael setiap kali dia harus menggunakannya pada saat pertandingan. Nike Air Jordan saat ini masih menjadi pilihan favorit dan salah satu sneakers terbaik di kalangan pecinta sneakers, *sneakershead*, bahkan diantara para penyanyi hip-hop maupun bukan.



Gambar 2.34 Nike Air Jordan 1

(Sumber: *http://theidleman.com/history-of-sneakers diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

Meskipun Nike merupakan brand termuda dari brand besar lainnya, namun Nike telah berhasil mendominasi di seluruh dunia. Saingan terberat dari Nike adalah Adidas. Tercatat rivalitas antara Nike dan Adidas merupakan salah satu rivalitas brand terpanas hingga saat ini.

2.2.4. Pembuatan Sneakers dengan Teknologi Terkini

Sudah 200 tahun lebih sejak kemunculan sneakers pertama. Dari yang fungsinya hanya sebatas sepatu lari, hingga menjadi atribut dalam berpakaian modis. Tentu saja teknik pembuatan dari sneakers semakin berkembang dan maju.

Seperti cara pembuatan dari sneakers dari brand Adidas bertipe Ultra Boost, berikut tahapan-tahapan dalam proses pembutaan sneakers Adidas Ultra Boost:

- Dalam prosesnya yang pertama, dilakukan pemeriksaan pada bahan *Primeknit*, yang akan digunakan pada lapisan luar sepatu. Pemeriksaan ini bertujuan untuk menghindari adanya cacat pada bahan yang nantinya sebagai lapisan utama pada sepatu. *Primeknit* merupakan jenis kain rajut khusus dari merek Adidas yang sanhgat ringan.

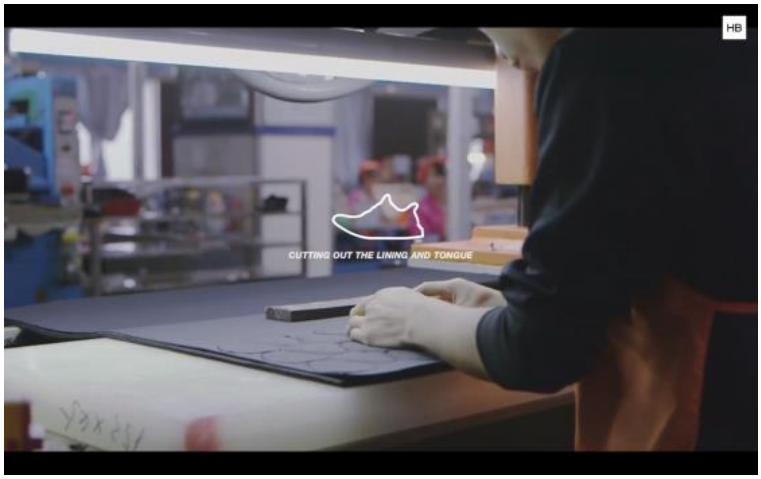


Gambar 2.35 Tahap Pertama Pembuatan Adidas Ultra Boost

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

- Pada tahap selanjutnya adalah proses pembuatan bahan pelapis yang biasanya terbuat dari kain, yang fungsinya untuk melapisi bahan utama dari pada sneakers. *Lining* merupakan istilah pada umumnya. Selain proses pencetakan *lining*, pada tahap ini juga sekalian proses pencetakan lidah sepatu atau biasa disebut *Tongue*. *Tongue* merupakan bagian yang berada di tengah sepatu yang umumnya terbuat dari busa dengan fungsi memberikan kenyamanan pada punggung kaki.

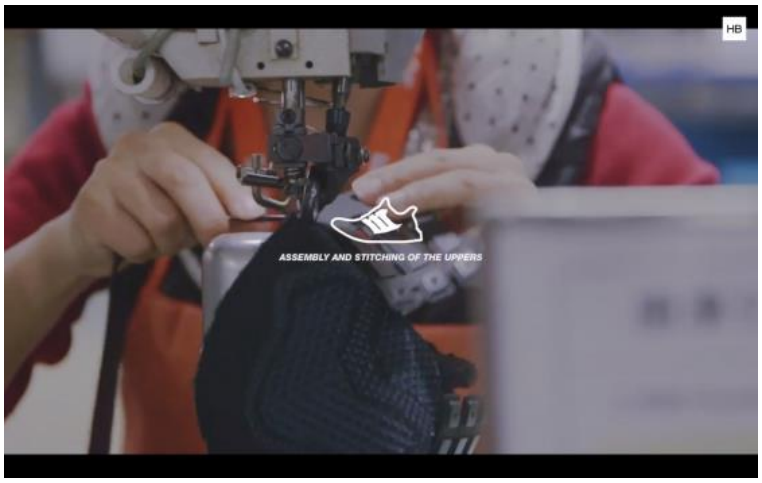
.



Gambar 2.36 Tahap Kedua, Pencetakan *Lining* dan *Tongue*

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

- Setelah tahap tersebut selesai, proses selanjutnya merupakan proses penyatuan bahan-bahan dari *lining* dan *primeknit* yang telah dijadikan lapisan sepatu menjadi lapisan utama sepatu dengan cara dijahit.



Gambar 2.37 Tahap Ketiga, Penyatuan Lapisan Kain Sepatu Menjadi Lapisan Utama Sepatu

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

- Setelah proses penyatuan lapisan kain menjadi lapisan utama, proses selanjutnya adalah pemeriksaan kualitas dari jahitan tadi. Tahap selanjutnya merupakan proses pembentukan lapisan utama sepatu menjadi sesuai dengan bentuk kaki manusia.
- Proses selanjutnya merupakan pembuatan *outsole* dari sepatu tersebut. *Outsole* yang bahannya terbuat dari busa yang sangat ringan yang sebelumnya sudah dicetak dipadupadankan dengan *heel* yang sebelumnya juga telah dibuat. Dan setelah proses tersebut selesai, maka tahap selanjutnya merupakan penyatuan lapisan utama sepatu atau biasa disebut dengan istilah *upper*, dengan sol sepatu yang sudah diproses sebelumnya.



Gambar 2.38 Tahap Terakhir, Penyatuan Lapisan Utama Sepatu(Upper) dengan Sol Sepatu

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

2.3. Tinjauan Studi Ergonomi dan Antropometri

Ergonomi merupakan ilmu yang mempelajari hubungan antara manusia dengan elemen-elemen lain dalam suatu sistem dan pekerjaan yang mengaplikasikan teori, prinsip, data dan metode untuk merancang suatu sistem kerja, agar dapat digunakan secara harmonis sesuai dengan kebutuhan, kemampuan dan keterbatasan manusia. (International Ergonomics Association / IEA, 2002)

Dalam merancang sebuah ruangan dalam museum, agar dapat berguna dan bermanfaat bagi pengunjung, ada beberapa aspek yang harus dipertimbangkan, yaitu:

- **Display**

Display merupakan sebuah kata dalam Bahasa Inggris. Yang mana menurut KBBI artinya adalah pameran dan kata kerjanya adalah memamerkan. Dengan kata lain, display bisa dikatakan sebagai alat atau media yang fungsinya sebagai tempat perletakan objek dalam area pandang pengamat, pelindung benda pamer, tempat perletakan cahaya buatan dan pembatas ruang.

Display disini dapat berupa:

- Vitrin

  Merupakan tempat pajang berupa kotak kaca berukuran besar. Biasanya digunakan untuk memajang benda-benda di museum.

- Panel

  Merupakan bidang peraga untuk meletakkan benda dua dimensi atau dengan bentuk yang lebih pipih.

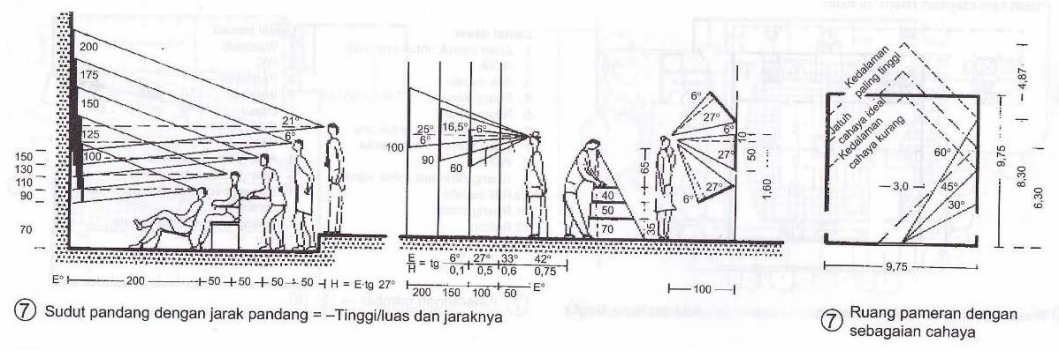
- Pedestal

  Tumpuan tempat perletakkan kolom/tiang atau karya seni dan desain tiga dimensi, misalnya patung.

- Diorama

  Diorama ialah model atau miniatur suatu adegan meniru keadaan sebenarnya dalam skala ukuran tertentu. Biasanya ditempatkan dalam kotak transparan untuk keperluan pameran.

  Berikut merupakan standar jarak dan sudut pandang dalam merancang tata letak pameran menurut Ernst Neufert dan Peter Neufert dalam bukunya yang berjudul Data Arsitek: Jilid 2:



Gambar 2.39 Standar Jarak dan Sudut Pandang Display

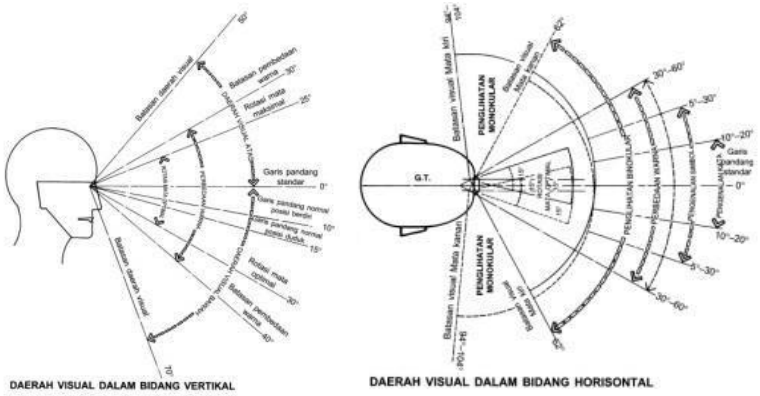
(Sumber: Neufert, Ernst. 2002. *Data Arsitek: Jilid 2*, Jakarta: Erlangga)

- **Pandangan**

  Dalam perancangan atau peletakkan display, sudut pandang manusia merupakan salah satu poin penting didalamnya. Jarak pandangan pada warna mulai menghilang pada sudut antara 30 derajat dan 60 derajat dari garis pandang. Jika pada posisi berdiri, garis pandangnya kira-kira 10 derajat dibawah garis horisontal, dan jika pada posisi duduk kira-kira pada 15 derajat. Sehingga besar dari zona pengamatan optimal bagi materi-materi display kira-kira sebesar 30 derajat.

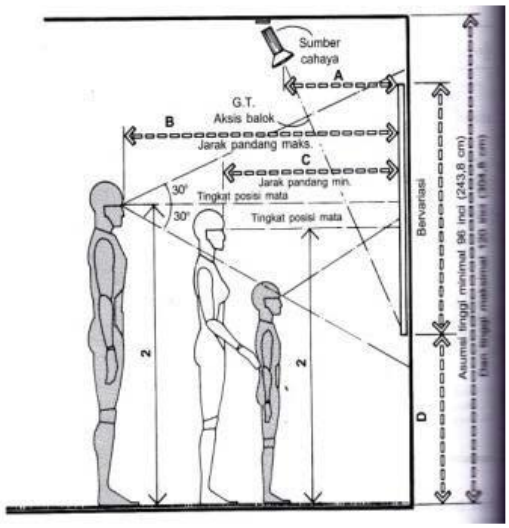
  Sebagai aturan umum dari penglihatan optimal, garis pandang dari bagian bawah display harus membentuk sudut 300.

  (Panero & Zelnik, 2003:290,293)



Gambar 2.40 Jarak Pengamat Terhadap Objek

(Sumber: Panero, Julius & Zelnik, Martin. 2003, *Dimensi Manusia & Ruang Interior*, Jakarta: Erlangga)



Gambar 2.41 Posisi Pengamat Terhadap Display

(Sumber: Panero, Julius & Zelnik, Martin. 2003, *Dimensi Manusia & Ruang Interior*, Jakarta: Erlangga)

Penggunaan sistem jarak pandang di atas diterapkan dalam perancangan baik jenis display tersebut adalah vitrin, panel maupun diorama.

- **Pencahayaan dan Penghawaan**

  Selain display dan pandangan, pencahayaan merupakan aspek teknis utama lainnya yang perlu diperhatikan perancangan ruang pamer. Selain itu, pencahayaan dan penghawaan dapat membantu perawatan koleksi secara tidak langsung.

  Adapun jenis-jenis penerangan dalam ruang bagian dalam menurut Neufert (1996), yang pertama adalah penerangan simetris langsung. Dikhususkan untuk penerangan umum ruang kerja, rapat, lalu lintas publik dan zona sirkulasi. Berikut jenis lampu pada penerangan simetris langsung:

  1. Lampu sorot - lampu raster

     Dipasang pada dinding untuk penerangan yang merata

  2. Lampu sorot dengan rel

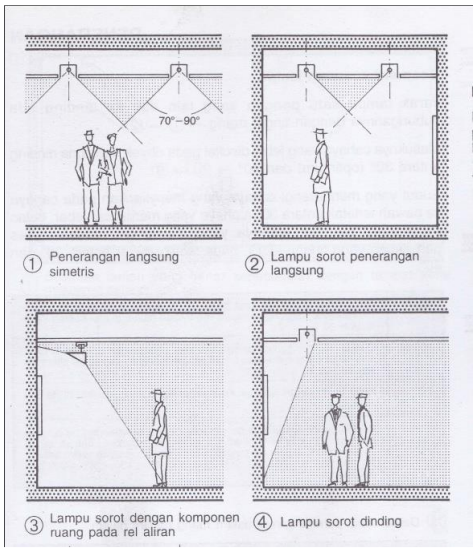
     Penerangan dinding yang merata dengan bagian ruang. Kuat penerangan mencapai 500 lux. Contohnya lampu pijar halogen.

  3. Lampu sorot untuk instalasi langit-langit

     Mengarah langsung ke arah dinding, contohnya lampu halogen dan lampu pijar.

  4. Lampu sorot terarah cahaya mengarah ke bawah

     Lampu yang dapat digunakan adalah lampu pijar halogen, terutama lampu halogen voltase rendah.



Gambar 2.42 Jenis-jenis Penerangan Langsung

(Sumber: Neufert, Ernst. 1996. *Data Arsitek: Jilid 1*, Jakarta: Erlangga)

Untuk penerangan pada display vitrin, sistem penerangan yang digunakan adalah penerangan langsung dengan jenis lampu sorot terarah. Sedangkan untuk display panel, jenis pencahayaan lampu sorot dinding merupakan sistem pencahayaan yang tepat.

Kemudian yang adalah penerangan tidak langsung. Beberapa jenis lampu yang digunakan dalam sistem penerangan tidak langsung antara lain:

1. Lampu sorot langit-langit, lampu sorot lantai

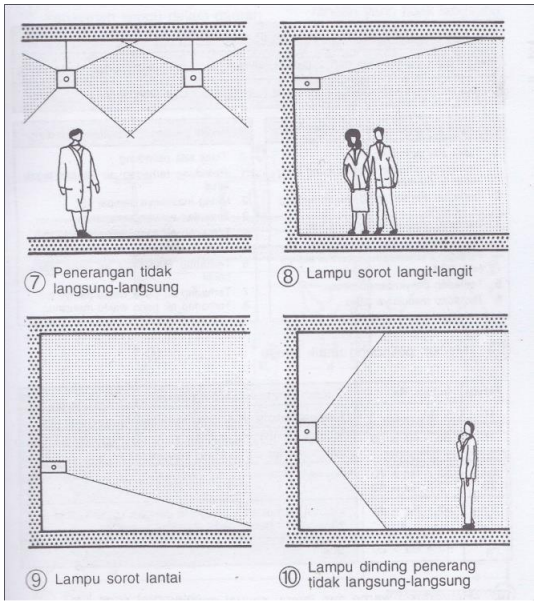
   Untuk penerangan bidang langit-langit atau bidang lantai.

2. Lampu dinding

   Untuk penerangan dinding dekorasi, dapat juga untuk penerangan langit-langit atau lantai.

3. Lampu sorot dinding - rel aliran

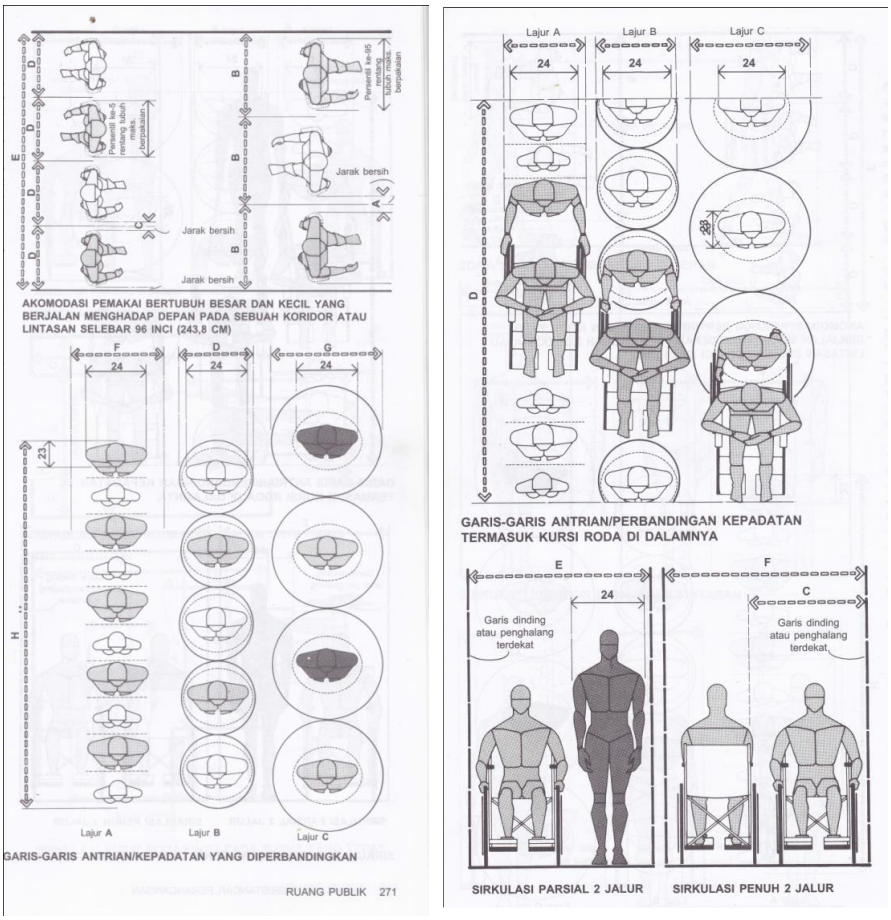
Merupakan lampu yang umumnya dipasang di ruang pameran dan museum. Tingkat penerangan vertikal sebesar 50 lux, 150 lux dan 300 lux. Contoh lampu yang umumnya digunakan adalah lampu pijar.



Gambar 2.43 Jenis-jenis Penerangan Tidak Langsung
(Sumber: Neufert, Ernst. 1996. *Data Arsitek: Jilid 1*, Jakarta: Erlangga)

- **Sirkulasi**

Sebagian besar orang dewasa normal memilikijarak langkah sebesar antara 24 dan 36 inci atau 61 dan 91,4 cm. Untuk koridor dan lalu lintas pejalan kaki yang terdiri dari dua jalur, disarankan penggunaan jarak bersih sebesar 36 x 68 inci atau 91,4 x 172,7 cm. Jarak bersih untuk sebuah kursi roda besarnya 36 inci atau 91,4 cm. Koridor selebar 137, 2 cm akan memungkinkan seseorang tanpacacat tubuh untuk berjalan berdampingan atau melewati orang yang berkursi roda. (Panero & Zelnik, 2003:270-272)



Gambar 2.44 Zona Sirkulasi

(Sumber: Panero, Julius & Neufert, Martin. 2003. *Dimensi Manusia & Ruang Interior*, Jakarta: Erlangga)

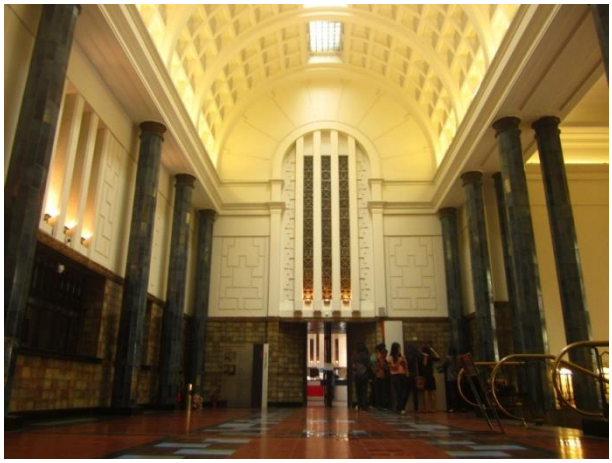
2.4. Studi Banding

Pada poin studi banding ini, museum yang menjadi perbandingan adala Museum Bank Indonesia yang terdapat di Jakarta Barat. Museum Bank Indonesia dipilih karena museum ini telah memenangkan berbagai penghargaan di ajang regional maupun nasional. Museum Bank Indonesia merupakan museum yang dikelola oleh pemerintah. Museum ini dibangun menggunakan bangunan bekas dari Bank Indonesia itu sendiri. Sebagai peraih penghargaan

Museum Pintar pada tahun 2014, dalam perancangannya Museum Sneaker perlu meninjau dan membandingkan dengan Museum Bank Indonesia agar perancangan dapat lebih baik dari rancangan yang sebelumnya. Berikut merupakan hasil studi banding, terutama studi ruang Museum Bank Indonesia:

- Lobi

  Umumnya lobi merupakan area pertama yang dituju setelah pintu masuk ketika memasuki area publik, termasuk museum. Pada area lobi, umumnya terdapat area informasi yang dapat membantu pengunjung mendapatkan informasi seputar ruang publik itu sendiri, tanpa terkecuali pada Museum Bank Indonesia ini. Di lobi Museum Bank Indonesia, area informasi disatukan sekaligus dengan area penitipan barang, namun untuk area pembelian tiket dipisahkan. Hal ini dirancang untuk tidak menumpuk satu area yang dapat membuat sirkulasi pergerakan menyempit. Area lobi Museum Bank Indonesia ini didesain sesuai tema dari museum itu sendiri, yang menerapkan konsep bangunan Indonesia di tahun 1800-an. Hal ini untuk memberikan kesan yang sesuai dengan benda koleksi di area pamer nantinya.



Gambar 2.45 Lobi Museum Bank Indonesia

(Sumber: *http://indoloka.com diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

- Gedung Utama

  Setelah melewati lobi utama, pengunjung akan langsung diarahkan ke gedung utama Museum Bangunan, yang mana terdapat ruang eksibisi. Ruang eksibisi merupakan ruang yang digunakan dalam mempertunjukkan benda-benda koleksi Museum Bank Indonesia. Di dalam Museum Bank Indonesia, terdapat beberapa ruang eksibisi seperti Ruang Informasi Bank Indonesia, Ruang Sejarah Pra Bank Indonesia, Ruang Sejarah Bank Indonesia Periode-1, Ruang Sejarah Bank Indonesia Periode-2, Ruang Sejarah Bank Indonesia Periode-3, Ruang Sejarah Bank Indonesia Periode-4, Ruang Sejarah Bank Indonesia Periode-5, hingga Ruang Sejarah Bank Indonesia Periode-6. Selain ruang tersebut, terdapat juga pendukung lainnya seperti ruang inspirasi, teater, ruang gelar budaya hingga perpustakaan dan ruang souvenir.



Gambar 2.46 Ruang Pamer Museum Bank Indonesia

(Sumber: *http://en.wikipedia.org/wiki/Museum_Bank_Indonesia diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)



Gambar 2.47 Ruang Pamer Museum Bank Indonesia

(Sumber: *http://en.wikipedia.org/wiki/Museum_Bank_Indonesia diakses pada tanggal 5 Oktober 2016*)

Pada ruang eksibisi, benda koleksi yang dipamerkan oleh Museum Bank Indonesia memiliki rentang waktu yang berbeda-beda. Oleh sebab itu, benda koleksi disusun berdasarkan rentang waktunya masing-masing menggunakan konsep *story line* berdasarkan sejarah perkembangan Bank Indonesia. Selain menerapkan konsep *story line* dalam menyusun benda koleksi, desain dari ruangan eksibisi juga disesuaikan dengan rentang waktu benda koleksi tersebut. Segi pencahayaan juga disesuaikan dengan rentang

waktu sejarah benda koleksi tersebut. Dimana terdapat ruang eksibisi yang menceritakan masa krisis badan keuangan milik Indonesia kala itu sehingga mengakibatkan menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap Bank Indonesia, maka pencahayaan pada ruang eksibisi tersebut menyesuaikan dengan keadaan saat itu. Pencahayaan dibuat cenderung redup untuk membangkitkan nuansa kala itu.

Untuk material yang digunakan, Museum Bank Indonesia juga menyesuaikan dengan konsep *story line* yang telah diterapkan dari awal. Dimulai dari ruang sejarah pra Bank Indonesia saat itu menceritakan bahwa kegiatan pra Bank Indonesia lebih sering dilakukan di pelabuhan. Pelabuhan saat itu merupakan akses utama dalam bertransaksi di Indonesia. Oleh sebab itu, untuk ruang sejarah pra Bank Indonesia ini *ambience* yang hendak diciptakan berdasarkan nuansa sejarah pra Bank Indonesia kala itu.

Berdasarkan studi banding terhadap Museum Bank Indonesia di atas, perancangan Museum Sneakers ini memiliki beberapa kesamaan dalam kasusnya. Seperti pada ruang eksibisi Museum Bank Indonesia yang mengusung konsep *story line*, Museum Sneakers juga mempunyai area yang mengusung konsep *story line*, yaitu pada area sejarah sneakers dan area sneakers berpengaruh, khususnya dalam menyusun benda koleksi berdasarkan rentang waktu rilisnya sneakers

tersebut. Bedanya, area sejarah sneakers dan area sneakers berpengaruh tidak menampilkan konsep ruang sesuai dengan *story line* dari pada tahun rilisnya sneakers tersebut. Pada Museum Sneakers, ambience yang diciptakan lebih kepada tema, yaitu *Rise of the New Culture* yang mengandung konsep street style dan minimalis dengan penggayaan kontemporer.

Pada sistem pencahayaan, Museum Bank Indonesia menyesuaikan dengan sejarah yang digambarkan. Dimana bila ruang eksibisi Museum Bank Indonesia menggambarkan kebangkrutan pada beberapa area, maka pencahayaan yang diberikan lebih gelap dan redup dibandingkan area lainnya. Sehingga atmosfir yang muncul sesuai layaknya pada masa yang diceritakan area tersebut. Pencahayaan Museum Sneakers ini terinspirasi dari sistem pencahayaan Museum Bank Indonesia. Dimana ada benda koleksi yang merupakan titik teratas dari perkembangan Museum Sneakers, maka pencahayaan yang diberikan lebih cerah dibandingkan yang lainnya.

2.5. Studi Lapangan

Pada perancangan Museum Sneakers ini, Bandung sebagai kota yang dipilih mempunyai lokasi perancangan yang sesuai dengan kebutuhan lokasi dari Museum Sneakers ini. Di Bandung terdapat sebuah kantor

pos yang terletak di jalan Asia Afrika No.49, Braga, Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat. Berikut analisa *site plan* denah asli:

Tabel 2.5 Analisa *site plan* denah asli

<table>
<tr><td>Gambar</td><td colspan="3">Fasad Bangunan</td><td colspan="2">Solusi</td></tr>
<tr><td>

</td><td colspan="3">Bentuk fasad pada bangunan kantor pos ini adalah bergaya neo klasikal.</td><td colspan="2">Memang bertolak belakang dengan penggayaan yang diusung Museum Sneakers, sehingga nantinya fasad dari bangunan ini akan disesuaikan desainnya dengan Museum Sneakers, yaitu kontemporer.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Lantai Dasar</td><td colspan="3">Unsur Interior</td><td rowspan="2">Kendala</td><td rowspan="2">Solusi</td></tr>
<tr><td>Lantai</td><td>Dinding</td><td>Ceiling</td></tr>
<tr><td></td><td>Material lantai</td><td>Jendela
Pintu
Partisi</td><td>Pencahayaan
Penghawaan
Sprinkler dan Fire detector</td><td>Pecahayaan untuk menerangi area eksibisi tidak sesuai, baik dari segi jumlah lux maupun</td><td>Sistem pencahayaan disesuaikan dengan kebutuhan setiap ruangan, baik dari segi kuantitas lux,</td></tr>
</table>

				jenis penerangannya.	kekuatan cahaya hingga jenis penerangannya.
				Meskipun pada area pertama setelah pintu masuk memiliki void yang luas sehingga sirkulasi udara mudah berganti, namun tetap kurang karena penghawaan menjadi tidak stabil.	Sistem sirkulasi ditata kembali dan ditambahkan sistem penghawaan buatan berupa ac sentral.
				Tidak adanya *sprinkler* dan *fire detector* hampir di setiap ruangan.	Untuk menghindari bencana seperti kebakaran, setiap ruangan dipasang *sprinkler* dan *fire detector* untuk mengatasinya.

(Sumber: *Dokumen pribadi*)