

## ABSTRAK

Vans, merupakan suatu produk sepatu yang kini sedang digandrungi oleh anak muda. Dengan model dan jaminan serta harga yang sulit untuk menembus pasaran. Tentunya pihak produsen harus memikirkan cara lain untuk memikat konsumen, diantaranya membentuk suatu komunitas baru yang beranggotakan para penyuka sepatu Vans. Bagi peneliti, hal ini merupakan suatu hal yang menarik. Dimana terdapat pergeseran makna baru, dari sebuah alas kaki kemudian menjadi sebuah simbol, kultur dan gaya hidup baru bagi para penyuka sepatu Vans.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam hal ini peneliti berusaha untuk menyajikan gambaran tentang *branding* yang dilakukan terhadap Makna *Brand Vans* bagi Kolektor *Vans* di Surabaya serta bagaimana Kolektor *Vans* merespon hal tersebut. Hal ini dilakukan untuk mempertajam pembacaan data, sehingga peneliti berusaha untuk menggali lebih jauh informasi dari adanya Makna *Brand Vans* bagi Kolektor *Vans*. Sehingga akan lebih memperbanyak data dan lebih memahami suatu realitas yang diteliti dan menambahkan informasi data kualitatif.

Dalam penelitian ini, penulis menyajikan informasi hasil penelitian sebagai berikut, bahwa munculnya kolektor Vans tersebut menunjukkan bahwa Vans telah menjadi barang mahal bagi sebagian kalangan, yang mana selain menjadi barang yang mahal produk vans juga telah menjadi gaya hidup dikalangan masyarakat khususnya anak muda. Dalam hal ini, diri (Self) sebagaimana pikiran (Mind) bukanlah suatu obyek melainkan suatu proses sadar yang mempunyai beberapa kemampuan.

**Kata kunci: Brand Vans, kolektor Vans, Surabaya.**

## ABSTRACT

Vans is a name of shoes product has been known by the young people. This product has a good model and quality, but most of the consument have no big deal with the price. It makes Vans has a challenge in their marketing business. A community has been made, to up-selling this product. Some of young people consist of Vans lover, make a community for their own. For the writer, this is an interesting phenomenon. A shifting of symbolism has been made, Vans was a brand of shoes, in nowadays it works as a new symbol, culture, and lifestyle for their fans.

In this study, researchers used a descriptive research method with qualitative approach . In this case the researchers are trying to present gambarang about branding committed against meaning for collectors Brand Vans Vans in Surabaya as well as how to respond to this Vans collectors . This is done to sharpen the reading of the data, so researchers are trying to dig further information on their meaning for collectors Brand Vans Vans . So it will be to reproduce the data and better understand the reality under study and added information qualitative data .

In this research, the writer used descriptive qualitative methods. The writer served the datas, consist of the responses from Vans Collector about Vans Brand, include their intention about the product. In conclusion and the of this research, the writer found that Vans product has became an expensive product, and as a lifestyle in some of community consist of the Vans's fans and collector. In this case, prove that self and mind is not as an object but as a process that have some ability.

**Keywords: Brand Vans, Vans Collector, Surabaya.**