

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi penggunaan *sneakers* oleh komunitas Indonesia Sneaker Team sebagai alat untuk mengkonstruksi identitas, melakukan reproduksi budaya pada masyarakat urban melalui praktik-praktik sosial, gaya hidup, media sosial dan menggunakannya sebagai modal dalam pertarungan sosial. Komunitas Indonesia Sneaker Team dipilih karena mereka merupakan komunitas *sneakers* pertama di Indonesia dan satu-satunya yang mewadahi semua jenis pecinta *sneakers* tanpa ada batasan-batasan merk tertentu. Metode etnografi digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini karena dianggap dapat menghilangkan jarak diantara narasumber dan interviewer. Secara lebih lanjut peneliti menggunakan terori reproduksi budaya yang lahirkan oleh Pierre Bourdieu, yang mana membuka narasi tersembunyi dari sebuah praktik tertentu. Penelitian ini menghasilkan penjelasan bahwa komunitas Indonesia Sneaker Team dengan sengaja melakukan pembedaan-pembedaan tertentu untuk mengkonstruksi identitas sebagai sebuah modal untuk berkontestasi dengan narasi-narasi lain pada masyarakat urban. Selain itu terjadi sebuah kontradiksi yang mana meskipun *sneakers* pada saat ini menjadi *mass product* dan budaya pop, komunitas Indonesia Sneaker Team sebagai komunitas pecinta sneakers justru *resistant* terhadap budaya pop dan melabeli diri sebagai *sub-culture*.

Kata kunci: *Sneakers*, identitas, reproduksi budaya, gaya hidup, *sub-culture*.

ABSTRACT

This research explores the utilization of sneakers by Indonesia Sneaker Team community as a tool for constructing identity, performing cultural reproduction on urban society by social practices, lifestyle, and social media and use them as capital in social contestation. Indonesia Sneaker Team community was chosen because they are the first and the only one Indonesian community that accommodates all types of sneakers enthusiast regardless the boundaries of a brand. This research is using ethnographic methods in collecting data considered to eliminate the boundaries between informant and interviewees. Furthermore, the author use cultural reproduction theory by Pierre Bourdieu to reveal the hidden narratives from a certain social practices. This research concludes an explanation that Indonesia Sneaker Team as community purposely performing certain differentiation to construct identity as a capital in contesting urban society narratives. On the other hand, there is a contradiction in which although sneakers are currently a mass product and a part of pop culture, Indonesia Sneaker Team community as a sneakers enthusiast community is actually having resistant reaction towards pop culture by labeling themselves as a part of sub-culture.

Keywords: Sneakers, identity, cultural reproduction, lifestyle, sub-culture