

Konsumsi Sneaker dalam Bayang-Bayang Fear of Missing Out (Studi Kasus Sneakerhead di Instagram) = Sneaker Consumption in the Shadow of Fear of Missing Out (Sneakerhead Case Study on Instagram)

Muhammad Fani Abdillah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20526949&lokasi=lokal>

Abstrak

Dewasa ini para pecinta sepatu kets atau ‘sneakerhead’ kian menguat dalam menunjukkan minatnya terhadap sepatu kets. Penelitian terdahulu seputar sneakerhead telah mengeksplorasi budaya, norma, identitas sosial, reproduksi kultural, serta nilai dan makna konsumsi dibalik sepatu kets. Akan tetapi, studi terdahulu belum mengaitkan fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada media sosial dalam mendorong konsumerisme pada sneakerhead. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana FoMO di kalangan sneakerhead pada media sosial Instagram menghasilkan konsumerisme. Hasil penelitian menyatakan bahwa FoMO di kalangan sneakerhead pada media sosial Instagram mendorong sneakerhead untuk mengonsumsi sepatu kets. Media sosial Instagram menguatkan FoMO dengan mempertontonkan citra ‘the Ideal Self’ sehingga tercipta hasrat untuk mengikuti budaya sepatu kets dan mengonsumsi sepatu. Disaat yang sama, FoMO menyebabkan sneakerhead memproduksi dan mendistribusikan konten sehingga memicu pengikutnya untuk mengonsumsi sepatu kets. Temuan juga memperlihatkan bahwa fitur ‘Turn-on notification’ dan algoritma Instagram juga berperan penting dalam memelihara FoMO, serta cerita-cerita dibalik sepatu kets dapat memproduksi hasrat konsumsi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara mendalam pada informan sneakerhead yang mengikuti akun @urbansneakersociety dan influencer sepatu kets di Instagram, serta tinggal di DKI Jakarta.

.....

Nowadays, the sneaker lover or ‘sneakerhead’ are getting stronger in showing their interest in sneakers. Past research on sneakerheads has explored culture, norms, social identity, cultural reproduction, and the value and meaning of consumption behind sneakers. However, previous studies have not linked the Fear of Missing Out (FoMO) phenomenon on social media in encouraging sneakerhead consumerism. This study aims to explore how FoMO among sneakerheads on Instagram social media generates consumerism. The research findings state that FoMO among sneakerheads on Instagram social media encourages sneakerheads to consume sneakers. Social media Instagram strengthens FoMO by displaying the image of ‘the Ideal Self’ so as to create a desire to follow the sneakers culture and consume sneakers. At the same time, FoMO causes sneakerheads produce and distribute content that triggers their followers to consume sneakers. The findings also show that Instagram’s ‘Turn-on notification’ feature and algorithm also play an important role in maintaining FoMO, and that the stories behind sneakers can produce consumer desire. This study uses a qualitative method with in-depth interviews with sneakerhead who follow the @urbansneakersociety and sneaker influencers account on Instagram, and also live in DKI Jakarta.