

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan sepatu saat ini sudah tidak dapat dipisahkan lagi dari kehidupan manusia modern. Sepatu digunakan orang dalam aktivitas sehari-hari. Orang perlu menyesuaikan busana yang dipakai dengan sepatu yang digunakan, sesuai pula dengan tema kegiatan atau profesi yang digeluti. Hal itu terlihat pada berbagai model sepatu muncul mengiringi perkembangan dunia *fashion*. Meskipun sebagai pelengkap busana, sepatu memiliki peranan vital, tidak hanya berfungsi praktis saja, tetapi juga masuk dalam ranah yang mengedepankan sisi estetis. Fungsi utama sepatu adalah sebagai alas kaki untuk melindungi kaki, baik itu dari cuaca, gigitan binatang, maupun benturan dengan objek di sekitarnya. Pada saat ini orang memposisikan sepatu menjadi eksklusif sebagai sarana yang menunjukkan simbol identitas (jati diri), kelas sosial, maupun gengsi yang dimiliki seseorang. Sepatu kemudian mendapatkan peran vital seiring dengan perubahan gaya hidup pemakainya. Gaya hidup manusia yang semakin kompleks, menuntut semakin khusus dan spesialnya produk-produk yang digunakan. Sepatu yang menjadi kebutuhan atas suatu penampilan juga tidak lepas dari pengaruh gaya hidup tersebut. Untuk itu sepatu mulai dibuat lagi kebutuhan khusus seperti sepatu kantor, sepatu pesta, sepatu olah raga, dan lain sebagainya.

Sepatu ataupun sandal sudah dikenal sejak lama. Hal tersebut diketahui dengan adanya penemuan kerangka kaki kiri manusia dari masa lalu yang menunjukkan jari kaki yang lemah dari kerangka yang lebih tua. Sepatu dari bahan

kulit binatang sudah digunakan sejak lama untuk melindungi kaki dari dingin dan salju di daerah kutub utara. Alas kaki sebagai penutup kaki, tidak hanya mengacu pada bentuk sepatu, tetapi juga bentuk-bentuk kaus kaki, *legging*, dan penutup kaki lainnya. Bentuk sepatu yang berupa suatu lapisan, dikenakan untuk perlindungan kaki. Saat ini sepatu menjadi lebih modern dan menjadi penanda status seseorang dalam masyarakat. Sepatu yang digunakan dalam masyarakat saat ini juga untuk menandai status sosial (Demello, 2009: 1-3).

Salah satu varian jenis sepatu yang juga berkembang sampai saat ini adalah sepatu *boots* (sepatu dengan model potongan diatas mata kaki). Sepatu *boots* merupakan salah satu varian jenis sepatu yang dikenal erat dalam kebudayaan Barat, dalam hal ini adalah Eropa dan Amerika. Sepatu *boots* sering digambarkan pada iklan, film maupun majalah dengan menampilkan sosok lelaki sejati penunggang kuda yang disebut *cowboy* (koboi) berikut segala aksi dan petualangannya. Hal itu kemudian menggiring opini bahwa sepatu *boots* sangat identik dengan budaya Amerika, ditambah dengan populernya musik *country* (musik khas Amerika) dan adanya *bikers* (pengendara sepeda motor) yang banyak muncul dari benua tersebut. Rata-rata kendaraan yang mereka gunakan adalah motor besar atau sering dikenal dengan istilah *moge* (motor gedhe). Hal itu sesuai dengan karakter bangsa Amerika yang mempunyai selera pada produk-produk yang berdimensi besar. Seperti terlihat dari motor yang diproduksi oleh Amerika, yaitu Harley Davidson, mempunyai bentuk jauh lebih besar dari motor BMW buatan Jerman maupun motor-motor yang diproduksi oleh Jepang.

Sepatu *boots* lebih banyak dikenal di dunia Barat di mana cuaca dingin lebih dominan. Pada suhu dingin, sepatu dengan model potongan tinggi seperti sepatu *boots* dapat melindungi sampai bagian betis. Sebab itu sepatu jenis ini juga digunakan oleh tentara yang harus melalui medan sulit dan menghadapi cuaca ekstrim. Sesuai dengan runutan sejarahnya, sepatu *boots* dikenal erat hubungannya dengan kegiatan mengendarai kuda, seperti digunakan pasukan berkuda (*cavalry*) yang menduduki status sebagai pasukan elit. Dalam perkembangan di dunia Barat, sepatu *boots* mulai digunakan oleh koboi (*cowboy*) dalam mengawal ternak-ternaknya di padang Amerika, kemudian dimunculkan oleh para artis, tokoh masyarakat, dan pengendara Harley Davidson dalam kegiatan sehari-hari (Steele, 1998: 140).

Dalam konteks historis menurut Wilson, sepatu *boots* digunakan untuk perlindungan tubuh. Gaya sepatu *boots* dengan *New Model Army* sudah dipakai pada Perang Worcester pada era Commonwealth (Wilson, 1969 : 147). Sepatu *boots* untuk *officer* berbeda dengan sepatu prajurit, yang cenderung mengedepankan fashion. Pengaruh tersebut didapat dari Wellington, bahwa sepatu *boots* menjadi penting, sesuai nama dari Duke of Wellington yang berperang dalam *Battle of Waterloo* pada tahun 1815. Wellington menggunakan sepatu yang simpel tetapi elegan (Riello, 2006 : 129-133).

Seperti dijelaskan oleh Steele (1998 : 141-142) bahwa pada masa lalu hanya *cowboy* yang mengenakan sepatu *cowboy boots*. Lebih dari setengah abad kemudian sepatu *cowboy boots* mulai dipakai dalam khasanah *fashion* baik itu pria maupun wanita. Sebagai salah satu sub kategori dari *riding boots* (sepatu

berkendara), *cowboy boots* secara jelas menjadi ajang kebangkitan pengendara kuda dari dunia Barat (*wild west*), sehingga simbol sepatu koboi tersebut melekat erat pada *cowboy*, di mana *cowboy* menjadi simbol tentang *rugged* (kekasaran), kebebasan individu pada masa *pre industrial* Amerika. Awal sepatu *cowboy boots* masuk ke dunia *fashion* ditandai melalui populernya musik *country* di dunia Barat.

Menurut Steele (1998 : 142), sepatu koboi memang sejak lama dikenal sebagai ikon laki-laki, karena kemaskulinannya. Karena sepatu *cowboy boots* tersebut menjadi image macho, kemudian sepatu *boots* tersebut mulai dibuat lebih kaya warna dan ornamental dibandingkan dengan sepatu pria pada umumnya. Sepatu *bikers boots* selain menunjukkan gaya maskulin, juga menyimbolkan eksistensi *outsider* yang dalam hal ini ditujukan pada keberadaan motor yang menggantikan posisi kuda.

Kehadiran *cowboy* maupun Harley Davidson yang menggunakan sepatu *boots* sebagai alas kaki menyebar luas ke negara-negara lain dan salah satunya adalah Indonesia. Di Indonesia sepatu *boots* sebelumnya hanya dikenal oleh militer dan penggemar olah raga berkuda pada masa setelah kemerdekaan. Seiring dengan meningkatnya sektor ekonomi yang berdampak pada bertambahnya tingkat kemakmuran masyarakat Indonesia, penggunaan motor semakin lama semakin meningkat. Dari tahun ke tahun, hampir dipastikan setiap keluarga memiliki motor untuk sarana transportasi. Sesuai dengan data statistik dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia dalam website www.aisi.or.id, dinyatakan bahwa pada tahun 2009 penjualan motor sebanyak 5,851,962, tahun 2010 sebanyak 7,369,249, tahun 2011 sebanyak 8,012,540, dan tahun 2012 sebanyak 7,064,457 unit.

Seiring dengan dominasi negara-negara Barat, terutama Amerika, terhadap negara-negara berkembang, maka banyak gaya hidup Barat yang juga ikut masuk dan diadopsi sebagai budaya populer, seperti musik *rock*, celana jeans, dan budaya para *bikers* yang erat dengan Harley Davidson. Kehadiran *bikers* tersebut juga menonjolkan ciri identitas yang melekat pada pengendaranya yaitu rompi dan jaket kulit lengkap dengan adanya logo nama kelompok tertentu yang terpampang dengan jelas dan sering divisualisasikan dengan gambar tengkorak. Citra gagah dan jantan ditampilkan dengan penggunaan sepatu *boots* model koboi, yang akrab dengan cita rasa petualangan dan kehidupan alam bebas.

Indonesia sebagai salah satu negara berkembang, tidak lepas dari pengaruh tersebut yaitu dengan terbentuknya kelompok-kelompok pengguna motor yang disebut komunitas *bikers*. Keberadaan komunitas *bikers* marak tidak hanya di perkotaan tetapi sudah merambah ke daerah-daerah juga. Di antara komunitas-komunitas tersebut ada yang mengkhususkan diri dan menduduki strata elit yaitu komunitas motor besar (*moge*) yang masuk dalam IMBI (Ikatan Motor Besar Indonesia). Ada banyak komunitas motor besar di Indonesia, yang cukup terkenal saat ini yaitu HDCI (Harley Davidson Club Indonesia) dan BBMC (Bikers Brotherhood Motorcycle Club). Keberadaan komunitas tersebut tidak dapat lepas dengan berbagai atribut yang dikenakannya. Sepatu *boots* menjadi salah satu atribut penting bagi *bikers* selain jaket dan sarung tangan yang turut tampil dan menjadi ikon penunjang maskulinitas pengendaranya. Sepatu *boots* yang digunakan oleh HDCI maupun Bikers Brotherhood MC tersebut cukup menonjol dan menjadi ciri keberadaan mereka di Indonesia. Sepatu yang digunakan sebenarnya ada beragam

model, tetapi ada kekhasan bentuk terutama pada model potongan yang tinggi menutupi *ankle* (mata kaki) sampai yang menutupi betis dan model *heel* (hak) yang relatif lebih tinggi.

B. Identifikasi dan Lingkup Masalah

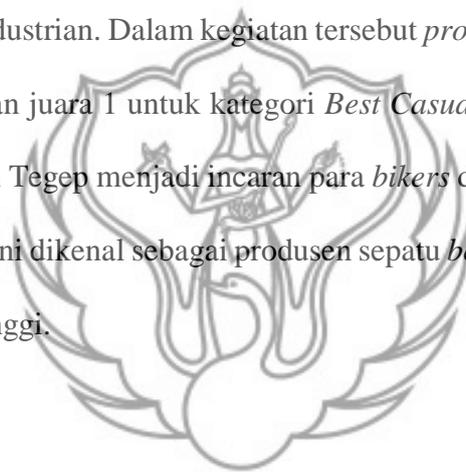
Raymond Boudon, dalam bukunya *La logique du social* (1979), menjelaskan bahwa fenomena sosial apa pun merupakan produk tindakan-tindakan individual. Oleh karena itu, logika tindakan harus dicari pada sisi rasionalitas pelakunya. Penelitian ini menganalisis konstruksi sosial dan aspek-aspek estetika dalam sepatu *boots* karya Tegep Oktaviansyah. Seperti diketahui, sepatu *boots* buatan dari Tegep Oktaviansyah yang terkenal dengan nama Tegep Boots memiliki kualitas pengerjaan yang bagus dan desain yang menarik, sehingga dapat dikenakan oleh pengendara motor besar.

Model sepatu yang dikembangkan oleh Tegep adalah *cowboy boots* dan *motorcycle boots*, di mana model *cowboy* tersebut ternyata juga dapat menunjang penampilan dari pengguna motor. Menjadi hal yang menarik dari objek sepatu *boots* yang dibuat oleh Tegep Oktaviansyah tersebut, bahwa jenis sepatu tersebut saat ini banyak digemari oleh para *bikers*, dan menduduki strata cukup tinggi serta mampu meningkatkan gengsi bagi penggunanya. Kehadiran sepatu *boots* tersebut tidak serta merta hadir seperti halnya sepatu-sepatu yang ada di toko, tetapi seiring dan berkembang sejalan dengan keberadaan komunitas *bikers*.

Perspektif estetika dan sosiologi di sini diperlukan untuk mengungkap bagaimana aspek-aspek estetika dan konstruksi sosial yang mempengaruhi

penggunaan sepatu *boots* tersebut, sehingga menjadi merebak di kalangan komunitas motor di Indonesia. Bahkan, hal itu tidak hanya dipakai pengguna motor besar saja, tetapi motor biasa pun juga ada yang memakai sepatu *boots* karya Tegep Oktaviansyah.

Sebelumnya sepatu Tegep Boots ini hanya dikenal oleh kalangan terbatas, yaitu kelompok motor yang ada di Bandung. Tahapan perubahan nilai dari sepatu *Boots* buatan Tegep tersebut yaitu saat Tegep Oktaviansyah mengikutsertakan karya sepatunya dalam Lomba Desain Produk Kulit yang diselenggarakan oleh Kementerian Perindustrian. Dalam kegiatan tersebut *prototype* sepatu *boots* “Tegep Boots” mendapatkan juara 1 untuk kategori *Best Casual Shoes for Man*. Sejak itu sepatu *boots* buatan Tegep menjadi incaran para *bikers* di seluruh Indonesia. Tegep Oktaviansyah saat ini dikenal sebagai produsen sepatu *boots handmade* di Bandung yang berkualitas tinggi.



C. Rumusan Masalah

Ada beberapa hal menarik yang menjadi permasalahan dengan sepatu *boots* yang ada di Indonesia, yaitu :

1. Aspek sosial apa saja yang mempengaruhi Tegep Oktaviansyah sehingga dikenal sebagai tokoh sepatu *boots* yang ada di Indonesia.
2. Bagaimana estetika sepatu Tegep Boots sehingga diminati oleh *bikers* di Indonesia.

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Penelitian tentang kajian sepatu Tegep Boots yang dilakukan, mempunyai tujuan sebagai berikut :

- a. Mengetahui bagaimana aspek sosial yang mempengaruhi Tegep Oktaviansyah, sehingga menjadi tokoh sepatu *boots* di Indonesia.
- b. Mengetahui estetika sepatu *boots* buatan Tegep Oktaviansyah, sehingga dapat memikat hati para konsumennya, khususnya kalangan *bikers*.

2. Manfaat

Penelitian tentang kajian sepatu Tegep Boots yang dilakukan, mempunyai manfaat sebagai berikut :

- a. Menambah wawasan pengetahuan penulis tentang aspek sosial dan estetika yang saling mempengaruhi pada sepatu Tegep Boots.

- b. Menambah khasanah pemahaman bagi masyarakat/sosial tentang fenomena sepatu *boots* dan anak *bikers*.
- c. Memberikan kontribusi pengetahuan pada keilmuan kriya kulit, desain persepatuan, dan produk kulit.

