

BAB II

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah *Sole Vacation*

Sole vacation adalah sebuah *community-based sneakers festival* berbasis di Yogyakarta sejak tahun 2018. Komunitas berbasis penggemar *sneakers* ini terbentuk berawal dari sebuah kesadaran untuk memberikan ruang dan kesempatan kepada *seller-seller sneakers, apparel, dan local brand* di Indonesia agar dapat mendapatkan *exposure* yang lebih luas di khalayak penggiat *sneakers, apparel, dan juga local brand* Indonesia.

Festival sneakers yang di selenggarakan oleh *Sole vacation* ini tidak hanya menghadirkan *market place*, namun juga menyediakan tempat atau wadah berkumpul bagi para penggiat *sneakers* dan *streetwear enthusiast* untuk dapat bertemu dan bertukar wawasan atau *update* informasi terbaru mengenai *sneakers* dan *streetwear culture*, yang menjadikan *festival sneakers* ini memiliki daya tarik tersendiri jika dibandingkan dengan *festival* lain yang pernah diselenggarakan sebelumnya adalah *festival Sole vacation* ini melibatkan pertunjukkan *music* lintas *genre*, sehingga tidak hanya terbatas memberikan edukasi maupun perhatian yang luas pada penggemar *sneakers, streetwear, dan local brand*, tetapi juga mampu mencakup *audience* lain yang lebih luas.

B. Sole Vacation Volume 3

Sole vacation baru berlangsung selama 2 tahun, tetapi selalu berhasil setiap melaksanakan *festival sneakers*, misalnya sejak memulai volume 1 hingga volume 3 telah berhasil diselenggarakan dengan jumlah total pengunjung yang tidak sedikit, yaitu *Sole vacation* Volume 1 sebanyak 7.350 (tujuh ribu tiga ratus lima puluh) orang, *Sole vacation* Volume 2 sebanyak 35.735 (tiga puluh lima ribu tujuh ratus tiga puluh lima) orang, *Kick The Rules* sebanyak 8.742 (delapan ribu tujuh ratus empat puluh dua) orang, dan *Sole vacation* Volume 3 sebanyak 83.412 (delapan puluh tiga ribu empat ratus dua belas) orang. (sumber: Arsip *Sole vacation* diakses pada tanggal 1 Juni 2019)

Keberhasilan penyelenggara *festival* pada *Sole vacation* Volume 3 ini tidak terlepas dari cara mengemas yang unik dan menarik, pasalnya penyelenggara tidak hanya telah memberikan kesempatan beberapa *tenant* sepatu yang berasal dari berbagai store di Kota Yogyakarta, seperti *ODB store*, *Attribute Original*, *Littlefoot yk*, *Raccoon.id*, *Oaktress*, *Folkstore*, dan masih banyak lagi. Terdapat juga beberapa *tenant* kuliner dari Yogyakarta, mulai dari menu makanan ringan seperti *corndog* dan *spaghetti*, tersedia juga pilihan makanan cumi saus padang dan ayam sambal matah yang dijadikan sebagai menu makanan utama, dan menu minuman yang tersedia berbagai macam, seperti *thai tea*, *laju coffee*, dan lain sebagainya, sehingga para pengunjung dan *seller* sangat merasa nyaman untuk mengunjungi *festival Sneakers* tersebut.

Berbeda dengan *Sole vacation* Volume 1 dan 2, *Sole vacation* Volume 3 memiliki keberanian dan berkomitmen untuk memberikan *space* bagi *local brand* sebanyak 40% dari keseluruhan *tenant*. *Brand* lokalnya termasuk *local brand* sepatu seperti *kompas*, *merk local*, *accessoris-accessoris* sepatu seperti *teren* pencuci sepatu, *pengharum* sepatu, dan *accessoris* lainnya yang berhubungan dengan sepatu. Terdapat juga *clothing local brand* yang bersandingan dengan para *reseller* yaitu *reseller sneakers* dan *reseller streetwear*

Konser musik yang diselenggarakan *Sole vacation* Volume 3 juga tidak menghadirkan musisi-musisi Yogya saja seperti Tiki Taka Wave dan Nescala, tetapi juga menghadirkan musisi-musisi luar Yogya seperti Pee Wee Gaskins, Elephant Kind, dan Grrrl Gang.

C. Logo *Sole Vacation*

Gambar 2.1



Sumber : Arsip *Sole vacation*

D. Tujuan *Sole Vacation*

Ada beberapa hal yang menjadi tujuan di selenggarakannya *Sole vacation* ini, yaitu:

1. Sebagai wadah atau tempat dengan suasana yang menarik dan nyaman untuk mempertemukan dan menyatukan para penggiat *sneakers*, *apparel*, dan *local brand*;
2. Mengenalkan dan saling memberikan informasi terbaru dari berbagai produk *sneakers* baik yang diproduksi lokal Indonesia maupun produksi mancanegara;
3. Menunjukkan dan mengenalkan eksistensi industri kreatif lokal Indonesia;
4. Sebagai ajang untuk saling bertukar gagasan dan wawasan mengenai *sneakers* dan *streetwear culture*;
5. Membantu meningkatkan perekonomian lokal;
6. Menumbuhkan kreativitas untuk menciptakan produksi *sneaker* yang mandiri
7. Menciptakan lapangan pekerjaan

E. Sekretariat *Sole Vacation*

Alamat : Jl. Laksda Adisucipto No.80 Ambarukmo Caturtunggal
Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta

No.tlp : +62813 2517 8392

Email : solevacation.official@gmail.com

Instagram : @solevacation

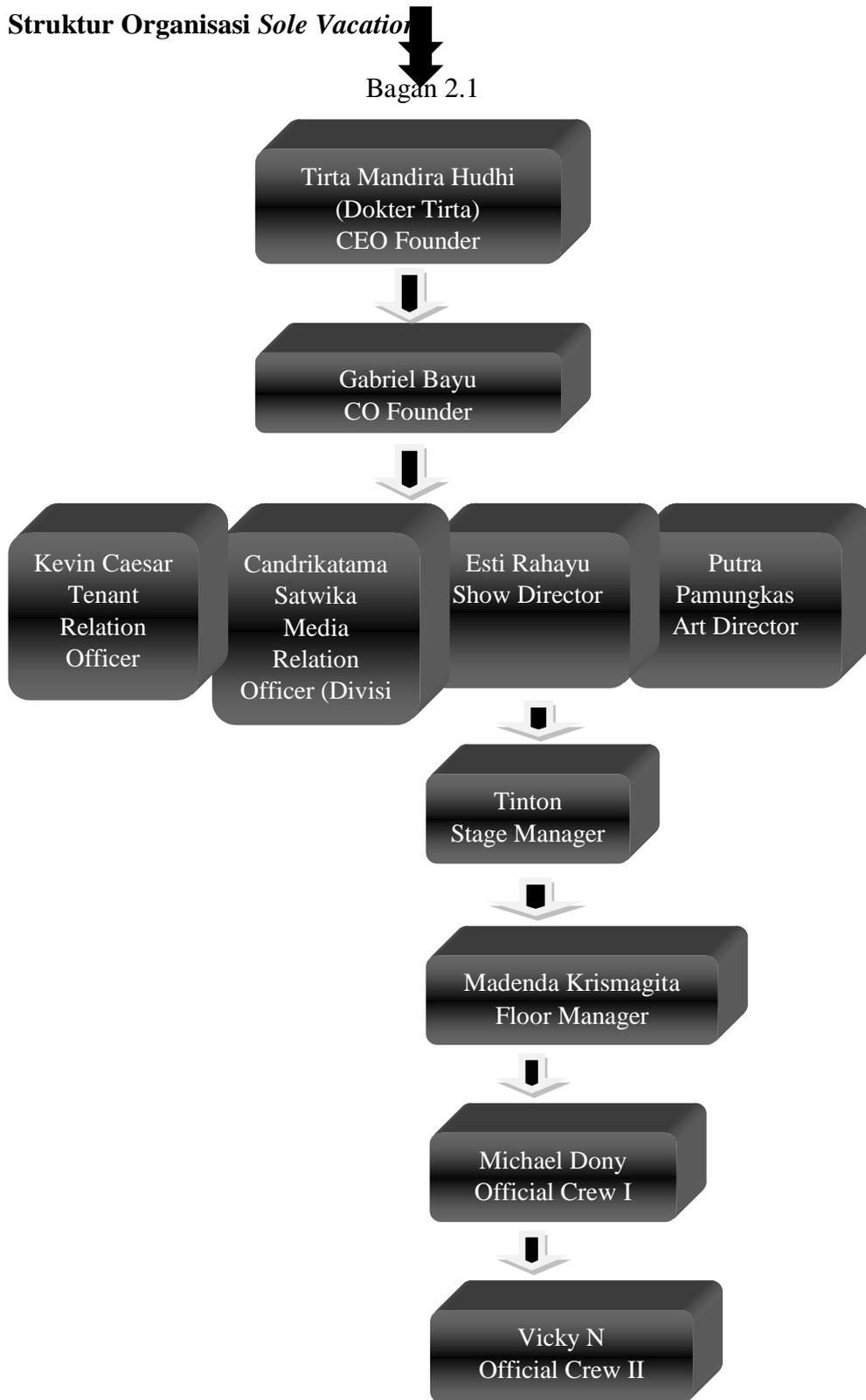
Twitter : @solevacation

F. Target Sasaran *Sole Vacation*

Pada awalnya, target sasaran dari *Sole vacation* ini adalah anak muda Daerah Istimewa Yogyakarta, dimana hal ini dilihat dari konsumen *sneakers* di Yogyakarta sebagian besar adalah anak muda atau anak usia 17-27 tahun. Setelah dilaksanakan rutin setiap tahun, *event* ini menarik banyak minat warga di beberapa penjuru Indonesia yang gemar dengan dunia persepatuan dan hal itu membuat panitia pelaksana menambah target sasarannya yaitu kota-kota lain di Indonesia selain Yogyakarta.

G. Struktur Organisasi *Sole Vacation*

Bagan 2.1



Sumber : Arsip *Sole Vacation*

H. Rangkaian Acara *Sole Vacation* Volume 3

1. *Music Performance*

Band performance dan *hip hop artist* untuk memeriahkan acara. *Festival Music Multigenre* yang menghadirkan musisi nasional dan regional dalam satu pertunjukkan yang epik. Pengunjung dapat menyaksikan penampilan musik dari bintang tamu yang diundang.

Gambar 2.2

Konser Musik



Sumber : Arsip *Sole Vacation*

2. *Sneakers Market*

Tempat bertemunya *seller sneakers online* dan *offline* di dalam satu tempat yaitu atrium hall Ambarukmo Plaza. Para pengunjung dapat bertukar wawasan mengenai dunia persepatuan dalam hal *size*, kualitas, merek, produk-produk terbaru, model, harga, dan sebagainya.

Gambar 2.3

Sneakers Market



Sumber : *Arsip Sole Vacation*

3. *Sneaker Talkshow*

Ditengah – tengah acara, *Sole vacation* menghadirkan *sneakers talkshow* untuk memberi edukasi terhadap publik tentang *sneakers*, *lifestyle*, dan *fashion streetwear* di Yogyakarta dengan menghadirkan beberapa *influencer* dari kota-kota lain seperti Jakarta, Bandung, Bogor, dan sebagainya.

Gambar 2.4

Talkshow



Sumber : Arsip *Sole Vacation*

4. Local Brand Market

Bazaar premium local brand adalah salah satu acara dari *Sole vacation* yang menghadirkan beberapa *brand sneakers local* kepada kaum muda Yogyakarta yaitu *brand Kompas*.

Gambar 2.5

Salah satu brand sepatu lokal yaitu Kompas



Sumber : Arsip *Sole Vacation*

5. Sneaker Exhibition

Sneakers exhibition berupa pameran *sneakers* untuk *brand-brand sneakers* lokal yg dikurasi sedemikian rupa dalam rangka pemberdayaan *brand sneakers* lokal juga sebagai wadah bagi para *sneakers resellers*.

Gambar 2.6

Salah satu stand di acara Sole Vacation



Sumber: Arsip *Sole Vacation*

6. *Sneaker Custom*

Workshop sneakers custom dengan memberikan edukasi mengenai bagaimana cara mengetahui ukuran sepatu yang benar, bagaimana cara membuat sepatu, mengetahui bahan-bahan apa saja yang bagus untuk membuat sepatu, dan lain sebagainya.

Gambar 2.7

Workshop Sneakers



Sumber : Arsip *Sole Vacation*