

**ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN NIKE DUNK  
DALAM MENINGKATKAN *SELF-ESTEEM* PEMINAT *FASHION* GEN Z**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Ilmu Komunikasi**



**Muhammad Izzulhaq Putra  
1191003082**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : M Izzulhaq Putra

NIM : 1191003082

Tanda tangan

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end, enclosed in a light gray rectangular box.

Tanggal : 19 Agustus 2024


## HALAMAN PENGESAHAN

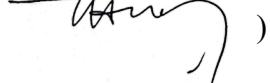
Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : M Izzulhaq Putra  
NIM : 1191003082  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Analisis Pengambilan Keputusan Penggunaan  
Nike Dunk dalam Meningkatkan *Self-Esteem*  
Peminat *Fashion* Gen Z

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Drs. Ahmad Sadariskar, M.Si (  )

Penguji 1 : Suharyanti, M.S.M. (  )

Penguji 2 : Ajenk Ningga Citra (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2024

## KATA PENGANTAR

Penulis ingin mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis masih diberi kesempatan untuk menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul “Analisis Pengambilan Keputusan Penggunaan Nike Dunk dalam Meningkatkan *Self-Esteem* Peminat Fashion Gen Z” sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Selama menempuh studi di program ini, penulis telah memperoleh banyak pelajaran dan pengalaman berharga, baik dari mata kuliah maupun kegiatan organisasi. Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian tugas akhir ini tidaklah mudah dan menghadapi berbagai kendala. Namun, dengan dukungan serta bimbingan yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah memberikan dukungan dalam perjalanan ini yakni:

### 1. Keluarga

Terima kasih banyak untuk orang tua penulis, terima kasih banyak Mama untuk doa, dukungan, *full support*, yang tidak pernah berhenti dari dulu sampai sekarang. Tidak ada apapun di dunia ini yang bisa menggantikan dukungan mama. Terima kasih Putri yang selalu kasih *support* kalo lagi lengah dan selalu hibur penulis, Mas Wahyu yang gapernah *stop* buat ngingetin untuk terus berjuang. Calista & Amma *my home my little sisters* yang sudah berkontribusi buat kasih *support* dari jauh, Tante Ida yang kuenya selalu jadi penyemangat buat menghadapi tugas akhir ini. Terima kasih Oma yang selalu jadi figur paling hangat buat penulis, akhirnya cucunya berhasil jadi sarjana. Terima kasih banyak semuanya, akhirnya bisa sampai ada di titik ini.

### 2. Ahmad Sadariskar

Terima kasih banyak pak Ahmad atas semua bimbingan yang telah diajarkan, selalu sabar dan telaten dalam menjelaskan. Meskipun penulis belum pernah diajar langsung di dalam kelas saat proses perkuliahan, tetapi jasa bapak dalam membimbing akan selalu penulis kenang. Terima kasih

banyak untuk selalu mempercayakan penulis untuk mampu menyelesaikan tugas akhir ini, dukungan positif bapak sangat berharga bagi penulis.

**3. Dra. Suharyanti, M.M.M**

Terima kasih banyak Ibu Yanti selaku Dosen Ilmu Komunikasi dan Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah berjasa dalam membantu peneliti selama proses perkuliahan, organisasi, hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih untuk terus memberikan inspirasi bagi peneliti selama menempuh pendidikan sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

**4. Ajenk Ningga Citra**

Terima kasih kepada Miss Ajenk selaku Dosen Ilmu Komunikasi penulis yang juga berperan sebagai dosen pembimbing sidang magang dan juga dosen penguji sidang akhir. Jasa serta ilmu yang diuberikan miss Ajenk akan selalu menjadi salah satu hal berharga yang penulis dapatkan semasa menjalankan kegiatan perkuliahan.

**5. Pihak Terkait**

Peneliti ucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat sehingga tugas akhir ini dapat selesai dikerjakan. Terima kasih kepada Mas Dion sebagai triangulator I yang telah meluangkan waktunya untuk wawancara di tengah kondisinya yang sedang kurang enak badan. Terima kasih kepada *team* Our Daily Dose yang bersedia untuk peneliti wawancara langsung sehingga dapat mendapatkan data yang berguna dalam penulisan penelitian ini. Terima kasih kepada kedua narasumber Inka dan Dusthine yang dengan senang hati turut berkontribusi sebagai informan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Semoga hal-hal baik yang diberikan kepada penulis akan menjadi karma baik bagi seluruh pihak yang terlibat di masa mendatang.

## 6. Dosen dan Staff Universitas Bakrie

Terima kasih kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi dan staff kampus Universitas Bakrie atas arahan dan bantuan yang diberikan selama menempuh proses perkuliahan di Universitas Bakrie ini. Semua jasa yang pernah diberikan kepada penulis tidak akan pernah dilupakan dan semoga menjadi berkah kepada semua pihak.

## 7. *Friends*

Terima kasih banyak teman-teman penulis yang selalu setia menemani penulis dari masa-masa awal perkuliahan hingga akhirnya mampu menyelesaikan tugas akhir ini. *Special thanks* kepada teman-teman 106 Fatih, Inka, Intan, Marchsya, Alfian, dan Bunga, tanpa kalian masa-masa perkuliahan tidak akan menyenangkan ini dan memori ini akan selalu penulis kenang selamanya. Terima kasih. Terima kasih teman dan juga tetangga saya Anggit dan Widya yang selalu berjuang bersama dari masa perkuliahan dan di luar perkuliahan, kontribusi kalian akan selalu menjadi kenangan berharga bagi penulis. Terima kasih kepada Richard dan Ken yang menjadi *support system* penulis untuk terus bisa menyelesaikan penelitian ini dengan semua canda tawa dan kenangan berharga. Terima kasih kepada Sinta, Klarissa, Imam, Nazla, dan seluruh teman-teman magang penulis yang juga menjadi penyemangat untuk penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih kepada teman-teman Salatiga yang berada di Jakarta; Bunga, Fadhil, Bagas, Adin, Alvinka yang menjadi keluarga bagi penulis untuk merasakan ‘pulang’ ketika sedang berada jauh dari rumah, tidak lupa juga teman-teman di Salatiga; Akbar, Bima, Nanda, Feby, Siradj, Zahra, Hanif, Olla, Danar, Chika, Zahwa, Nadia, Salma, Andika, Mahendra yang selalu menjadi penyemangat penulis ketika sedang berada di rumah. Terima kasih juga kepada Tika dan Sharon yang sudah membantu penulis untuk mengarahkan penulis dan bersedia untuk menjawab pertanyaan terkait kendala penulis selama mengerjakan penelitian ini, kalian menjadi salah satu alasan utama penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih teman-teman *da royale palace*

yang menjadi penguat satu sama lain untuk terus berjuang dan bertahan, kenangan indah bersama kalian akan terkenang abadi. Terima kasih banyak juga kepada semua teman-teman penulis yang tidak sempat tertulis dalam tulisan ini, tetapi memori dan kenangan bersama kalian akan selalu penulis ingat dan kenang. Semoga semua hal yang telah kalian berikan akan menjadi boomerang yang baik juga bagi kalian kedepannya. Sehat, sukses, dan bahagia selalu sekarang dan selamanya, yaa!

#### **8. Nike Indonesia**

Terima kasih kepada Nike khususnya Nike Indonesia yang telah menciptakan dan mendistribusikan produk sepatu Nike Dunk ini sampai ke Indonesia. Terima kasih telah menjadi bagian dari cerita sejarah generasi muda Indonesia dan menjadi sumber kepercayaan diri bagi banyak orang di luar sama. Terima kasih juga karena fenomena yang Nike berikan membuat penulis berhasil mengambil topik tersebut sebagai bahan penulisan tugas akhir ini. Teruslah berkarya dan bermanfaat bagi seluruh generasi di dunia!

#### **9. Diri saya sendiri**

Terima kasih kepada diri saya sendiri yang selalu percaya akan hasil dari sebuah perjuangan. *No words can describe how grateful I am to have myself inside me, for always fighting, for always learning, for always trying my best. Thank you for making your younger self proud of what you have become right now.*

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M Izzulhaq Putra  
NIM : 1191003082  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN NIKE DUNK DALAM MENINGKATKAN *SELF-ESTEEM* PEMINAT *FASHION* GEN Z**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



M Izzulhaq Putra



**ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN NIKE DUNK  
DALAM MENINGKATKAN *SELF-ESTEEM* PEMINAT *FASHION* GEN Z**

**MUHAMMAD IZZULHAQ PUTRA**

---

**ABSTRAK**

Gaya berbusana rupanya menjadi hal yang cukup digemari oleh semua kalangan terlebih pada generasi muda di Indonesia saat ini. Perubahan *trend fashion* dari masa ke masa yang fluktuatif membentuk pola masyarakat yang cenderung adaptif dan konsumtif. Fenomena *trend fashion* yang baru-baru ini menjadi topik hangat di lingkungan sosial adalah maraknya penggunaan sepatu Nike Dunk bagi kalangan anak muda Generasi Z. Penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk menganalisis dan memahami bagaimana sepatu Nike Dunk mempengaruhi keputusan pembelian serta dampaknya terhadap *self-esteem* di kalangan peminat *fashion* dari Generasi Z. Dalam penelitian ini, digunakan teori *consumer behavior* yang mencakup aspek *cognitive*, *affective*, dan *conative*, serta teori *self-esteem* yang terdiri dari empat dimensi utama: *power*, *significance*, *virtue*, dan *competence*. Metodologi yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan beberapa informan yang terdiri dari pengguna dan penggemar Nike Dunk, informan ahli dalam bidang *consumer behavior* dan *self-esteem*, serta anggota tim *retail sneakers* untuk mendapatkan informasi data yang valid. Penelitian ini menemukan bahwa keputusan untuk melakukan pembelian dan menggunakan Nike Dunk tidak hanya berangkat dari aspek fungsional dan estetika, tetapi juga dipengaruhi oleh kebutuhan untuk meningkatkan *self-esteem* melalui pengakuan sosial hingga kepuasan pribadi.

**Kata kunci:** Fashion, Nike Dunk, perilaku konsumen, *self-esteem*, Generasi Z

**ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN NIKE DUNK  
DALAM MENINGKATKAN *SELF-ESTEEM* PEMINAT *FASHION* GEN Z**

**MUHAMMAD IZZULHAQ PUTRA**

---

**ABSTRACT**

*Fashion styles have become highly popular among all age groups, especially among the younger generation in Indonesia today. The fluctuating fashion trends over time have shaped a society that tends to be adaptive and consumptive. A recent phenomenon that has become a hot topic in social circles is the widespread use of Nike Dunk sneakers among Generation Z youth. This study aims to analyze and understand how Nike Dunk sneakers influence purchasing decisions and their impact on the self-esteem of fashion enthusiasts from Generation Z. The study employs consumer behavior theory, encompassing cognitive, affective, and conative aspects, as well as self-esteem theory, which includes four main dimensions: power, significance, virtue, and competence. The methodology used is qualitative, with data collected through in-depth interviews with several informants, including Nike Dunk users and enthusiasts, experts in consumer behavior and self-esteem, and members of retail sneaker teams to obtain valid data. The study finds that the decision to purchase and use Nike Dunk sneakers is influenced not only by functional and aesthetic aspects but also by the need to enhance self-esteem through social recognition and personal satisfaction.*

**Keywords:** *Fashion, Nike Dunk, consumer behavior, self-esteem, Z Generation*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	14
1.3    Tujuan Penelitian .....	15
1.4    Manfaat Penelitian .....	15
1.4.1    Manfaat Teoritis .....	15
1.4.2    Manfaat Praktis .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1    Teori yang Relevan .....	16
2.1.1 <i>Marketing Communication</i> .....	16
2.1.2 <i>Consumer Behavior</i> .....	18
2.1.3 <i>Self-Esteem</i> .....	23
2.1.4    Keterkaitan <i>Consumer Behavior</i> dengan <i>Self-Esteem</i> .....	26
2.2    Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1    Desain dan Pendekatan .....	43
3.2    Objek dan Subjek Penelitian .....	44
3.3    Pengumpulan Data .....	45
3.3.1    Sumber Data Primer dan Data Sekunder .....	45
3.3.2    Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.4    Analisis Data .....	50
3.5    Triangulasi Data .....	51
3.6    Operasionalisasi Konsep .....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>

4.1	Gambaran Konteks Penelitian.....	54
4.1.1	Nike Dunk .....	54
4.1.2	Subjek Penelitian.....	55
4.1.2.1	Pengguna dan Penggemar Nike Dunk.....	56
4.1.2.2	Pakar <i>Consumer Behaviour</i> dan <i>Self-esteem</i> (Triangulator I).....	58
4.1.2.3	Pekerja di <i>Outlet</i> Sepatu Our Daily Dose (Triangulator II).....	59
4.2	Penyajian Data .....	60
4.2.1	<i>Consumer Behaviour</i> Pengguna dan Penggemar Nike Dunk .....	60
4.2.2	<i>Self-Esteem</i> Mereka sebagai Peminat Fashion Gen Z.....	72
4.3	Pembahasan dan Diskusi.....	77
4.3.1	<i>Consumer Behaviour</i> Pengguna dan Penggemar Nike Dunk .....	77
4.3.1.1	<i>Cognitive</i> .....	78
4.3.1.2	<i>Affective</i> .....	81
4.3.1.3	<i>Conative</i> .....	83
4.3.2	<i>Self-Esteem</i> Mereka sebagai Peminat Fashion Gen Z.....	85
4.3.2.1	Kekuatan atau Kekuasaan ( <i>Power</i> ) .....	85
4.3.2.2	Keberartian atau Makna ( <i>Significance</i> ).....	88
4.3.2.3	Kebaikan atau Keberhasilan ( <i>Virtue</i> ) .....	90
4.3.2.4	Kemampuan atau Performa ( <i>Competence</i> ) .....	94
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>99</b>
5.1	Simpulan .....	99
5.2	Kendala dan Keterbatasan.....	101
5.3	Saran dan Implikasi.....	102
5.3.1	Saran Teoritis .....	102
5.3.2	Saran Praktis.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>106</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fashion Pemain Film Tiga Dara Tahun 1956 .....	3
Gambar 1.2 Adolf Dassler pada Tahun 1920 .....	6
Gambar 1.3 Farrah Fawcett Season 1 Charlie's Angels .....	8
Gambar 1.4 Kampanye Nike Dunk "Be True to Your School" .....	9
Gambar 1.5 Kolaborasi Nike Dunk dengan Wonka .....	11
Gambar 1.6 Fenomena Nike Dunk Indonesia pada Platform TikTok.....	14
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran .....	42
Gambar 4.1 Inka Andestha .....	56
Gambar 4.2 Muhammad Dusthine.....	57
Gambar 4.3 Dion Wardyono, M.S.M. ....	58
Gambar 4.4 Our Daily Dose Grand Indonesia .....	59
Gambar 4.5 Kolaborasi Nike Dunk beserta Antusiasme-nya.....	63
Gambar 4.6 Nike Memposting Foto Penggemarnya.....	66
Gambar 4.7 Artikel Complex yang Meliput Nike Dunk .....	66
Gambar 4.8 Inka Sebagai Seorang <i>Fashion Blogger</i> .....	69

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2.1 Jurnal Penelitian Sebelumnya.....</b>	<b>1</b>
<b>Tabel 3.1 Kriteria Data Informan .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep.....</b>	<b>53</b>