

PERANCANGAN SNEAKERS UNTUK BRAND DIADORA (STUDI KASUS STYLE)

Tasya Mirtha Savira¹, Fajar Sadika² dan Nur Sabariah³

^{1,2,3}Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buah Batu — Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257
tasyasav@student.telkomuniversity.ac.id¹, fajarsadika@telkomuniversity.ac.id²,
nursabariaharif@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak: Diadora, merek alas kaki yang berada di bawah naungan PT MAP Active, mengalami penurunan penjualan sebesar 9% per tahun. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sneakers *unisex* kategori kasual untuk brand Diadora yang sesuai dengan preferensi pasar Indonesia. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan Research and Development (R&D) serta teknik perancangan *Morphological Force Connection* (MFC). Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen menginginkan desain yang menggabungkan kenyamanan, fungsionalitas, serta estetika yang sesuai dengan tren warna dan material 2025 seperti *earth tone*, *maroon*, dan *pop-up color*. Desain akhir memanfaatkan kombinasi material Corduroy dan Suede yang mengedepankan aspek kenyamanan dan visual menarik. Validasi dilakukan melalui diskusi bersama tim brand Diadora dan menghasilkan desain final yang layak diproduksi. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan dalam pengembangan produk alas kaki yang relevan dengan kebutuhan pasar.

Kata Kunci: *Sneakers* Kasual, Perancangan Produk, Diadora, Research and Development, Tren Warna 2025.

Abstract: Diadora, a footwear brand under PTMAP Active, has experienced a 9% annual decline in sales. This study aims to design unisex casual sneakers for the Diadora brand that align with the preferences of the Indonesian market. A qualitative descriptive approach was employed using Research and Development (R&D) methodology and the Morphological Force Connection (MFC) design technique. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The findings indicate that consumers seek designs combining comfort, functionality, and aesthetics aligned with 2025 trends in colors and materials, such as earth tones, maroon, and pop-up colors. The final design utilizes a combination of suede, canvas, and faux leather, emphasizing comfort and visual appeal. Design validation was conducted through discussions with the Diadora brand team and resulted in a final concept suitable for production. This research is expected to serve as a reference for future footwear product development that responds to market needs and trends.

Keywords: *Casual Sneakers*, Product Design, Diadora, Research and Development, 2025 Color Trends.

PENDAHULUAN

Industri alas kaki terus berkembang seiring dengan perubahan gaya hidup, tren fashion dan kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Diadora, sebagai salah satu merek internasional yang dikelola oleh PT MAP Active Adiperkasa (MAA), memiliki peluang besar untuk meningkatkan daya saing di pasar lokal Indonesia. Namun, dalam laporan internal, Diadora mengalami penurunan penjualan sebesar 9% per tahun (Pramita, 2020) yang menandakan adanya ketidaksesuaian antara produk yang ditawarkan dan ekspektasi pasar saat ini.

Dalam menghadapi keinginan pasar yang cepat berubah, inovasi desain menjadi kunci utama untuk memenangkan persaingan. Pengembangan produk yang berfokus pada ide dan kreativitas sangat penting untuk menghasilkan produk yang bernilai dan relevan. Inovasi tidak hanya berbicara tentang bentuk baru, tetapi juga tentang bagaimana produk mampu menjawab kebutuhan emosional dan fungsional penggunanya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang sneakers *unisex* kasual yang sesuai dengan karakteristik pasar Indonesia. Target konsumen adalah pria dan wanita dewasa muda usia 18–35 tahun. Warna dan material yang digunakan disesuaikan dengan tren 2025 yang dirilis oleh Who What Wear, dengan mengedepankan gaya "*natural minimalism*" dan "*quiet luxury*".

Brand Diadora sendiri dikenal dengan pendekatan desain *timeless* yang menggabungkan performa dan estetika. Dengan menggunakan pendekatan MFC, diharapkan sneakers yang dihasilkan tidak hanya fungsional dan estetik, tetapi juga inovatif, sesuai dengan arah strategi brand Diadora di masa depan.

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Morphological Forced Connection* dengan pendekatan *Research and Development (R&D)*. Pendekatan ini dilakukan untuk menghasilkan rancangan *sneakers* kasual *unisex* yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen Indonesia serta selaras dengan identitas brand Diadora. Data diperoleh melalui kegiatan observasi terhadap tren desain alas kaki, studi literatur, serta wawancara langsung dengan *Head Footwear Designer* dan tim brand Diadora selama masa *internship* di PT MAP Active. Observasi tren dilakukan dengan mengacu pada prediksi warna dan material tahun 2025 yang dirilis oleh Who What Wear, yang menunjukkan *dominasi earth tone, maroon*, dan aksen *pop-up* sebagai preferensi visual yang berkembang di pasar global. Proses perancangan dimulai dengan menyusun matriks berdasarkan metode *Morphological Forced Connection*, yaitu menggabungkan beberapa elemen desain seperti bentuk *upper*, material, detail visual, warna, dan jenis *outsole*. Melalui kombinasi elemen dalam matriks tersebut, dihasilkan beberapa alternatif desain yang dievaluasi secara bertahap. Seleksi desain dilakukan dengan mempertimbangkan aspek estetika, ergonomi, nilai fungsional, dan kelayakan produksi. Desain yang terpilih kemudian divalidasi melalui diskusi internal bersama tim brand Diadora guna memastikan bahwa desain akhir dapat diimplementasikan sesuai dengan arah strategi produk dan standar manufaktur yang berlaku. Dengan pendekatan ini, proses perancangan menjadi lebih sistematis, terstruktur, dan menghasilkan solusi desain yang sesuai dengan kebutuhan pasar sekaligus identitas brand.

HASIL DAN DISKUSI



Gambar 1

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Brand Diadora memiliki karakter yang khas dengan pendekatan desain yang mengedepankan fungsionalitas, performa, dan gaya. Arah desain yang diusung bersifat *timeless*, minim ornamen, serta banyak menggunakan warna netral yang mudah dipadukan. Dalam proses perancangan *sneakers* ini, referensi desain Diadora yang digunakan adalah koleksi terbaru yang ditampilkan selama masa magang di PT MAP Active, di mana siluet yang digunakan cenderung simpel dengan kombinasi material sintetis seperti mesh, suede, dan faux leather. Citra brand Diadora menekankan pada kesan aktif, kasual, dan *fashionable*, selaras dengan target pengguna yang menginginkan kenyamanan dalam aktivitas sehari-hari.

Dalam menentukan arah desain, segmentasi pasar menjadi dasar utama. Target yang disasar dalam proyek ini adalah pria dan wanita berusia 20-55 tahun yang memiliki gaya hidup aktif dan dinamis, serta lebih menyukai *sneakers* yang tidak hanya nyaman, tetapi juga memiliki nilai estetika yang tinggi. Gaya berpakaian mereka cenderung kasual modern, dengan preferensi pada produk yang bisa digunakan dalam berbagai konteks informal seperti kuliah, bekerja, atau bersantai.



Gambar 2

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Rujukan tren warna dan material menjadi fondasi visual penting dalam proses perancangan. Berdasarkan tren tahun 2025 dari Who What Wear, warna-warna seperti *earth tone*, *maroon*, serta aksen *pop-up color* seperti kuning dan hijau akan mendominasi ranah fashion, termasuk alas kaki. Material yang mendukung tren tersebut antara lain Corduroy dan suede yang tidak hanya mencerminkan kesan alami dan minimalis, tetapi juga memberikan kenyamanan dan kemudahan perawatan dalam penggunaan harian.

Proses eksplorasi desain dilakukan dengan menggunakan metode *Morphological Forced Connection*. Elemen desain utama seperti bentuk siluet, material, outsole, skema warna, dan detail visual dikombinasikan dalam sebuah matriks yang menghasilkan berbagai kemungkinan desain. Melalui matriks ini, dieksplorasi berbagai bentuk seperti *low-cut*, *high-top*, dan *runner-inspired* dengan kombinasi material antara Corduroy dan suede. Outsole yang digunakan juga bervariasi antara *rubber*, *gum sole*, hingga *EVA*. Dari sisi visual, variasi warna maroon, coklat tanah, dan pop-up yellow dipadukan dalam berbagai konfigurasi panel dan aksen. Eksplorasi ini menghasilkan 12 alternatif desain yang kemudian dievaluasi bersama tim internal Diadora.

Setelah melalui tahap seleksi dan diskusi, dipilihlah satu desain akhir yang paling memenuhi kriteria brand. Desain tersebut berupa *sneakers unisex low-*

cut dengan kombinasi material suede di bagian *toecap* dan vamp, Corduroy pada quarter, dan corduroy di area collar dan tongue. Outsole menggunakan mold rubber existing milik Diadora untuk efisiensi produksi. Warna utama terdiri dari maroon dan *earth brown*, dipadukan dengan aksent warna kuning terang di bagian heel tab sebagai elemen pop-up yang memberikan daya tarik visual. Panel-panel pada upper dibuat dengan struktur overlay yang mengikuti arah gerak kaki untuk menambah kenyamanan.

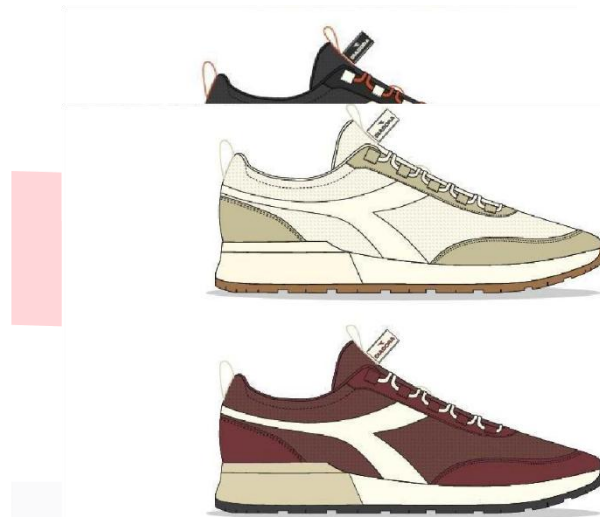


Gambar 4
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Validasi desain dilakukan melalui presentasi visual dan diskusi bersama tim brand Diadora dan Footwear Designer PT MAP Active. Hasil diskusi menunjukkan bahwa desain tersebut memiliki potensi tinggi untuk dikembangkan lebih lanjut. Beberapa masukan minor diberikan, seperti penyesuaian proporsi panel overlay dan penempatan logo agar lebih menyatu secara visual tanpa mengurangi identitas brand. Desain akhir ini dinilai layak untuk diproduksi secara massal karena sudah sesuai dengan tren, strategi brand, dan kebutuhan pasar lokal.

Proses perancangan ini menunjukkan bahwa pendekatan R&D yang dikombinasikan dengan metode MFC efektif dalam menghasilkan desain alas kaki yang inovatif dan relevan. Dengan mengacu pada analisis tren, karakter brand, serta kebutuhan pasar, desain akhir berhasil menggabungkan elemen visual yang kuat, kenyamanan, serta fungsionalitas yang menunjang gaya

hidup modern. Desain ini diharapkan mampu memperkuat posisi brand Diadora di pasar Indonesia, sekaligus membuka peluang untuk menjangkau segmen pasar muda yang lebih luas.



Gambar 5

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil menghasilkan perancangan sneakers kasual *unisex* untuk brand Diadora dengan pendekatan Research and Development (R&D) dan metode *Morphological Forced Connection (MFC)*. Proses eksplorasi desain dilakukan secara sistematis berdasarkan analisis karakter brand, segmentasi target pasar, serta tren warna dan material tahun 2025. Hasil akhir berupa sneakers dengan *siluet low-cut*, kombinasi material Corduroy dan Suede serta skema warna maroon-earth tone dengan aksen pop-up. Desain ini dinilai sesuai dengan identitas brand Diadora dan preferensi konsumen muda Indonesia yang menginginkan produk yang fungsional, estetis, dan nyaman digunakan dalam keseharian. Validasi bersama tim

internal Diadora menyatakan bahwa desain akhir layak untuk diproduksi secara massal dan berpotensi memperkuat daya saing brand di pasar lokal. Penelitian ini membuktikan bahwa integrasi antara metode eksploratif dan analisis pasar yang terarah dapat menghasilkan produk alas kaki yang relevan dan bernilai strategis bagi pengembangan brand.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiningrum, Aristawati, Terbit Setya Pambudi, And Sheila Andita Putri. 2023. "Perancangan Sepatu Boots Dengan Material Kulit Vegan Berbahan Dasar Kulit Kopi (Studi Kasus Sepatu Boots Milik Pt. Nokha International Group)." *Eproceedings Of Art & Design*.
- Diadora America. 2008. "History." *Diadora America*.
- Fatehan, Mochamad Ibrahim, Sheila Andita Putri, And Hardy Adiluhung. 2023. "Perancangan Sepatu Boots Canvas Untuk Aktivitas Outdoor ." *E-Proceeding Of Art & Design* 10(3):55–57.
- Putra, Aldo Farros. 2024. "Perancangan Ulang Sepatu Untuk Pt. Brodo Ganesha Indonesia Studi Kasus Artikel Corte Jog." Telkom University, Bandung.
- Liliana, Suharyo Widagdo, And Ahmad Abtokhi. 2007. "Pertimbangan Antropometri Pada Pendisainan ." *tugas akhir Nasional Iii* 21–22.
- Setiawan, Rifky Budi. 2023. "Peranan Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Diadora Di Sport Station Medan Marelan." *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 10.
- Syahputra, M. Megah, Martiyadi Nurhidayat, And Hanif Azhar. 2022.
- Zakariah, M. Askari, Vivi Afriani, And Kh. M. Zakariah. 2020. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R N D)*.