

**TREN *THRIFTING* SEBAGAI BUDAYA POPULER DI KALANGAN  
ANAK MUDA DI YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Keilmuan Sosiologi**

**Disusun Oleh :**

**Feby Kurniati**

**NIM 17107020002**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2023**

# PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-920/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : TREN *THRIFTING* SEBAGAI BUDAYA POPULER DI KALANGAN ANAK MUDA DI YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FEBY KURNIATI  
Nomor Induk Mahasiswa : 17107020002  
Telah diujikan pada : Selasa, 15 Agustus 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

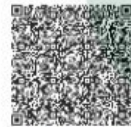
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
B.J. Sujibto, S.Sos., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 64decb8a3f93



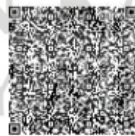
Penguji I  
Ahmad Norma Permata, S.Ag., M.A., Ph.D.  
SIGNED

Valid ID: 64e47ca9537fa



Penguji II  
Achmad Uzair, S.IP., M.A, Ph.D.  
SIGNED

Valid ID: 64e2e78f7794e



Yogyakarta, 15 Agustus 2023  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 64e60ba4ea88a

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Feby Kurniati  
NIM : 17107020002  
Prodi : Sosiologi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya penulis bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain. Namun, beberapa bagian-bagian tertentu yang penulis gunakan sebagai acuan dasar di dalam skripsi ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dosen pembimbing skripsi dan anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 03 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Feby Kurniati  
17107020002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Feby Kurniati

NIM : 17107020002

Prodi : Sosiologi


Judul : *Tren Thrifting* Sebagai Budaya Populer Di Kalangan Anak Muda  
Di Yogyakarta

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Sosiologi. Harapan Saya Semoga Saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah. Demikian atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 03 Agustus 2023  
Dosen Pembimbing,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

  
B.J. Sujibto, S.Sos., M.A.  
NIP. 19860224 201903 1 007

## MOTTO

*Sesungguhnya Allah Tidak Akan Mengubah Keadaan Suatu Kaum Sebelum  
Mereka Mengubah Keadaan Diri Mereka Sendiri*

*(QS. Ar-Ra'd: 11)*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Program Studi sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Diri saya sendiri yang sampai dititik ini mau berusaha dan berupaya.
3. Keluarga khususnya kedua orang tua yang meyakinkan saya mampu mengerjakan tugas akhir ini serta doanya.
4. Dosen pembimbing saya Bapak B.j. Sujibto, S.Sos, M.A. yang telah membimbing saya dengan penuh Kasih.
5. Pengasuh Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri, Abah Munir Syafa'at dan Ibunda Barokah Nawawi yang senantiasa Mendoakan.
6. Serta Sahabat dan teman di Kuliah maupun di Pesantren yang sudah memberikan dukungan penulis supaya tidak putus asa dalam mengerjakan tugas akhir.
7. Pihak-pihak yang telah mendukung peneliti.





## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah rabbil ‘alamin puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada kami, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Tren *Thrifting* Sebagai Budaya Populer Di Kalangan Anak Muda Di Yogyakarta**”. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW.

Skripsi ini penulis ajukan guna untuk memenuhi syarat memperoleh gelar strata satu Program studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang berkontribusi baik dari do’a, bantuan finansial, motivasi, kritik serta saran. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini baik yang secara langsung atau tidak langsung terutama kepada :

1. Bapak. Dr. Mochammad Sodik, S.Sos. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
2. Ibu. Dr. Muryanti, S.Sos., M.A. selaku Ketua Program Studi Sosiologi.
3. Bapak. B.J. Sujibto, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Seluruh jajaran Dosen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

5. Seluruh keluarga besar mahasiswa Sosiologi angkatan 2017 UIN Sunan Kalijaga yang sudah menjadi *partner* sekaligus teman.
6. Keluarga khususnya Bapak dan Ibu yang menjadi penyemangat serta doa yang tidak pernah putus kepada penulis, dan selalu mengingatkan penulis agar tidak meninggalkan kewajibannya.
7. Seluruh sahabat saya yang telah memberi kenyamanan bagi saya untuk membagikan keluh kesah saya; Savira Amarrasuli, Nurhanny Agusti, Halawatun Nashihah, Izma Rofi'ah, seluruh teman-teman kamar Aisyah 12, dan seluruh teman yang tidak seluruhnya saya sebutkan namanya.
8. Seluruh informan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan data-data lapangan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis merasa ini masih jauh dari kata-kata baik dan sempurna. Oleh sebab itu, penulis menerima kritikan dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Penyusun



Feby Kurniati



## ABSTRAK

Secara umum tren *thrifting* kini ramai diikuti oleh kalangan anak muda Yogyakarta. Banyak anak muda yang meniru gaya hidupnya dalam menggunakan pakaian bekas adalah sikap spontan mereka dengan melihat berbagai konten *thrift* di media sosial. Sebab aktivitas ini kenyataannya ada hingga menyebar luas, karena kualitas pakaian *thrift* bagus, tidak sesuai dengan angan-angan mereka yang awalnya menganggap biasa saja. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi dan ketertarikan, serta menelisik persepsi dan pengalaman anak muda terkait tren *thrifting* di Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, serta teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini yaitu sekunder, didapatkan melalui pengamatan secara langsung di lapangan hingga melakukan wawancara dengan anak muda yang masih berada di *thrift store*. Sumber data lainnya yaitu primer, digunakan sebagai penguat hasil penelitian dengan mencari berbagai referensi seperti buku, jurnal, skripsi yang benar-benar relevan sampai saat ini. Dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann.

Hasil penelitian ini adalah *thrifting* menjadi aktivitas yang populer di kalangan anak muda sebab munculnya fenomena tren ini, memicu individu mudah untuk bertindak ingin ikut mencoba memilih pakaian bekas. Kemudian tindakan ini sering diulangi hingga pada akhirnya menjadi pembiasaan individu menggandrungi budaya *thrifting*. Bahwasannya, menurut kalangan anak muda terkait motivasi, persepsi, pengalaman, serta maknanya tren *thrifting* ini adalah aktivitas yang dipengaruhi dengan beberapa faktor. Faktor dari kenyataan yang individu rasakan di antaranya; 1). Anak muda tertarik memilih pakaian bekas sebab adanya interaksi secara langsung maupun tidak yaitu melalui media sosial, kemudian mereka mendapatkan berita tentang istilah *thrifting* hingga adanya perilaku konformitas (ikut-ikutan). 2). Memilih pakaian bekas ini dipengaruhi dengan adanya motivasi pada diri individu, motivasi ini muncul disebabkan dari faktor lingkungan dekatnya yaitu keluarga atau teman, meminati atas dasar kemauan dirinya sendiri, dan munculnya sikap ingin tahu, serta adanya tujuan bagi individu yaitu mencari keuntungan. 3). Mampu memaknai aktivitas *thrifting* sebagai penghematan karena harga jual lebih murah, menciptakan kepuasan ketika menemukan pakaian *thrift* yang kualitasnya bagus dan sesuai dengan hati, serta menurut informan pakaian *thrift* mampu meningkatkan gaya hidupnya dengan mengenakan *outfit* dari pakaian *thrift*.

**Kata kunci :** konstruksi sosial, anak muda, media sosial, budaya *thrifting*.

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Tinjauan Pustaka .....	7
F. Landasan Teori.....	23
G. Metode Penelitian.....	26
H. Sistematika Pembahasan .....	31
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	33
A. Gambaran Umum Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.....	33
B. Potensi Daerah Istimewa Yogyakarta .....	38
C. Gambaran Umum <i>Thrift Store</i> Yogyakarta.....	40
BAB III TREN DAN FENOMENA BUDAYA <i>THRIFTING</i> DI YOGYAKARTA .....	47
A. Motivasi Memilih Pakaian <i>Thrift</i> .....	47
A.1 Faktor Lingkungan.....	49
A.2 Minat Individu .....	51
A.3 Sikap Ingin Tahu.....	51
A.4 Tujuan Bagi Individu .....	53
B. Ketertarikan Melalui Media Sosial .....	54

C.	Tren Dibalik <i>Pop Culture</i> .....	60
C.1	Budaya Yang Menjadi <i>Trending</i> .....	61
C.2	Keuntungan atau Profitabilitas.....	62
C.3	Durabilitas Pergerakan Waktu .....	63
D.	Pengalaman Anak Muda Tentang <i>Thriftling</i> .....	65
D.1	Interaksi Sosial.....	66
D.2	Perilaku Ikut – Ikutan (Konformitas).....	71
BAB IV PROSES PEMAKNAN DAN PERSEPSI ANAK MUDA DALAM MENGENAL TREN <i>THRIFTING</i> .....		73
A.	Memahami Motivasi Anak Muda Dalam Mengenal Budaya <i>Thriftling</i> .....	73
B.	Konstruksi Sosial Dalam Persepsi Fenomena Tren <i>Thriftling</i> .....	77
B.1	Eksternalisasi (Penyesuaian Diri) .....	79
B.2	Objektivasi .....	80
B.3	Internalisasi.....	81
C.	Pemaknaan Tren <i>Thriftling</i> Menurut Anak Muda.....	82
C.1	Penghematan.....	83
C.2	Menciptakan Kepuasan.....	84
C.3	Meningkatkan <i>Fashion</i> Gaya Hidup.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		91
A.	Kesimpulan .....	91
B.	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA .....		95
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....		xii
CURRICULUM VITAE.....		xxxiv

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Peta Daerah Istimewa Yogyakarta.....	34
Gambar 2.2 Peta Kota Yogyakarta.....	36
Gambar 2.3 Wilayah Kabupaten Bantul.....	37
Gambar 2.4 <i>Thrift Store D&amp;G Thrift</i> .....	41
Gambar 2.5 <i>Thrift Store Secondshitstuff</i> .....	43
Gambar 2.6 Pusat Impor Korean Thrift.....	45
Gambar 2.7 <i>Thrift Store Sederek Store</i> .....	46
Gambar 3.1 Promo <i>Weekend Sale</i> .....	57
Gambar 3.2 Suasana Berburu Pakaian <i>Thrift</i> Di <i>Store Offline</i> .....	58
Gambar 3.3 Memanfaatkan Instagram Dalam Meningkatkan Durabilitas .....	65
Gambar 3.4 Bersama 2 informan di Sederek Store dari Klaten .....	67
Gambar 5.1 wawancara dengan pengunjung Sederek Store Mba Erna buruh pabrik pada 18 Januari 2023 .....	xxx
Gambar 5.2 wawancara dengan pengunjung Sederek Store Mba Mila buruh pabrik pada 18 Januari 2023 .....	xxxi
Gambar 5.3 wawancara dengan pengunjung Pusat Korean Impor Mas Fadil dan Mas Rio Mahasiswa .....	xxxii
Gambar 5.4 Mas Rizal Sebagai Informan Pengunjung D&G Thrift .....	xxxii
Gambar 5.5 Suasana seseorang ketika memilih pakaian <i>thrift</i> di <i>Secondshitstuff</i> .....	xxxii
Gambar 5.6 Suasana para pengunjung Sederek Store ketika memilih-milih pakaian <i>thrift</i> .....	xxxiii
Gambar 5.7 Suasana Pengunjung D&G Thrift Di Jln. Perintis Kemerdekaan .....	xxxiii



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Adanya perkembangan teknologi di masa sekarang ini yang sangat pesat berpengaruh pada kemajuan seperti informasi. Globalisasi mencakup suatu proses penyebaran nilai dan norma tanpa mengenal batasan negara, oleh karena itu akibat dari suatu fenomena mengalami perluasan. Maka dalam penyebaran nilai dan norma tersebut dapat melalui media sosial dan media massa. Media massa ini yang berpengaruh terhadap keberlangsungan budaya populer tersebut. Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia, yang bisa berubah dan bergantung pada zaman atau keinginan individu dalam mengubah gaya hidupnya.<sup>1</sup> Gaya hidup bisa dilihat dari cara berpakaian, kebiasaan, dan lain-lain. Untuk memenuhi suatu gaya hidup seseorang memiliki cara hidup yang sesuai dengan kemampuan masing-masing yaitu memiliki pandangan gaya berpakaian yang keren.

Wajar jika masyarakat perkotaan yang terkena dampak globalisasi lah yang menciptakan gaya hidup seperti ini untuk selalu tampil *fashionable*. Bagi sebagian anak muda, *chic style* merupakan hal terkini yang harus diikuti, termasuk bagi mereka yang hanya memiliki sedikit uang. Karena berpenampilan modis adalah cara hidup lain yang

---

<sup>1</sup> Sweetly Jane Mongisidi, Jantje Sepang, dan Djurwati Soepeno, "Pengaruh *Lifestyle* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *Nike* (Studi Kasus Manado *Town Square*)" Vol.7 No.3 Juli 2019.

menunjukkan keunggulan. Saat ini, untuk tampil tren tidak perlu mahal. Banyak alternatif lain yang menawarkan berbagai produk-produk demi menunjang penampilan tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Gaya hidup untuk selalu tampil kekinian menuntut beberapa anak muda di Yogyakarta untuk selalu tampil tren yang ingin mengikuti gaya hidup budaya metropolitan masa kini. Sehingga mereka memutuskan untuk membeli pakaian bekas karena harganya terjangkau dan murah.

Indonesia lebih cenderung mengadopsi tren mode Barat ketika baru memulai, dimulai dengan desain, bahan, proses, dan alat. Bisnis *fashion* bukan hanya kebutuhan dasar, tetapi juga dapat membantu bisnis berkembang lebih cepat. Pertumbuhan industri *fashion* nyatanya diikuti ancaman kerusakan lingkungan akibat limbah tekstil. Dikutip dari Berita Perubahan Lingkungan Negara Bersatu bahwa bisnis mode menyumbang 10% dari pembuangan pembibitan karena rantai stok yang panjang dan penggunaan energi yang serius sedang berlangsung. Menurut data tahun 2018, industri desain menghasilkan 2,1 miliar ton CO<sub>2</sub>eq, dan itu berarti mencakup 4% emisi global oleh negara-negara seperti Prancis, Jerman, dan Inggris sebagai tiga negara modern yang menghasilkan arus keluar terbanyak. menyumbang 10% emisi rumah kaca yang diakibatkan rantai pasokan yang panjang dan penggunaan energi dalam produksi yang intensif. Data menunjukkan bahwa sebanyak 528,8% mahasiswa UPN Jakarta dan lainnya telah membeli barang dari *thrift store*, sesuai dengan temuan penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *google*



melalui media sosial. Persentase tersebut membuktikan bahwa produk *thrift store* hampir diminati oleh kalangan mahasiswa.<sup>2</sup> Dengan bahaya ini masyarakat pun tersadarkan oleh bukti berkembangnya tren *thrifting*.

Mengenal istilah baru pakaian bekas atau *thrifting* yaitu kata "*Thrift*" dalam bahasa Inggris memiliki arti penghematan. Secara bahasa kata *Thrift* berasal dari kata *thrive* yang berarti berkembang atau tumbuh. Sedangkan kata *thrifty* itu sendiri bisa diartikan sebagai cara mengefisienkan penggunaan uang dan barang lainnya.<sup>3</sup> *Thrift* umumnya bergerak di komoditi sandang sebagai perlawanan terhadap *fast fashion* yang konsumtif. *Thrifting* adalah sebuah aktivitas seseorang memilih dan membeli pakaian bekas dengan jenis barang bekas yang masih layak dan mempunyai nilai jual. Namun, tindakan ini bukan hanya tentang membeli pakaian bekas saja, tetapi tentang bagaimana kepuasan pribadi jika bisa mendapatkan barang keren sesuai gaya tren *fashion* dengan setengah harga atau lebih murah.

Budaya ini muncul karena adanya *chic style* dari pakaian bekas yang digunakan pada dasarnya mendapat pengaruh besar dari budaya Barat. Budaya *thrifting* ini memiliki pengaruh kuat dalam kehidupan masyarakat karena pakaian merupakan kebutuhan pokok yang selalu ingin dipenuhi oleh masyarakat dan selalu melekat pada tubuhnya untuk

---

<sup>2</sup> Atira Syakira dan Lamtiur R J Lumban Gaol, "PENGARUH CITRA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM PEMBELIAN PRODUK *THRIFT STORE*," 2021, 7.

<sup>3</sup> Ghesa Gafara, "*A Brief History of Thrifting*", USS Feed, 23 April 2019, <https://ussfeed.com/a-brief-history-of-thrifting/pop-culture/>.

memberikan kenyamanan dalam kehidupan sehari-hari. Maksud dan harapan sebagian orang yang melakukan kegiatan *thrift* adalah untuk penghematan, karena pakaian *thrift* memiliki harga yang jauh lebih murah dari harga biasanya, termasuk barang dagangan bermerek yang berasal dari luar negeri atau impor, atau bahkan pakaian versi terbatas yang sudah tidak diproduksi oleh perusahaan. Tujuan *thrift* adalah untuk membantu dalam upaya mengurangi limbah dan karena industri tekstil dan pakaian merupakan salah satu penyuplai polusi dan limbah tekstil terbesar di dunia.<sup>4</sup> Begitu pula budaya *thrift* dilakukan sebagai salah satu bentuk dukungan untuk misi *zero waste* yakni pengurangan dan pemanfaatan limbah, khususnya limbah tekstil yang ditimbulkan oleh industri *fashion* (Mahabharata, 2020).

Tampil dengan *prestise* tinggi dengan biaya rendah sudah menjadi hal yang baru. Pakaian bekas ini dapat ditemukan dengan mudah di setiap Kota di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan maraknya tempat-tempat yang menjual pakaian bekas, sehingga menjadi tren yang tidak diragukan lagi di kalangan anak muda di Yogyakarta, seperti halnya beberapa pengunjung *thrift store* tersebut. Pelajar muda juga mulai tertarik dengan fenomena *thrift*. Pelajar dan mahasiswa mulai menggandrungi pakaian bekas pada saat ini.

---

<sup>4</sup> putri Anggie Arta Mevia Setiyana dan Asidigisianti Surya Patria, "PERANCANGAN REFERENSI GAYA BERPAKAIAN *THRIFTING* MELALUI *FEED* INSTAGRAM," *BARIK* 3, no. 2 (14 Juni 2022): 125–37.

Maraknya *thrifting* ini menjadi salah satu acara terbesar di Yogyakarta, yaitu adanya penyelenggara event pameran pakaian bekas pakai. Banyak istilah yang digunakan dalam penyebutan *event* pameran *thrifting* yang diadakan di beberapa tempat seperti Mall, Taman Pintar, dan JEC dengan berbagai penyebutan tema *event*. Salah satunya Jogja *thrift* market sudah edisi ke-2 *event* pameran yang berlangsung di Jogja Expo Center (JTM). Kegiatan ini banyak diserbu pengunjung saat baru hari pertama dibuka kembali. Animo masyarakat khususnya kalangan anak muda sangat tinggi. JTM menjadi salah satu *event* yang turut berperan membantu pemerintah dalam menjalankan kembali roda ekonomi.<sup>5</sup> Akibat kegiatan *thrifting* semakin populer, maka banyak *thrift store* yang bermunculan baik *online* dan *offline* di Indonesia salah satunya di Yogyakarta. Adanya *thrift store* yang sangat banyak ini, maka peneliti akan memilih objek untuk menemukan hasil dari latar belakang. Berikut *thrift store* yang akan dijadikan sebagai pengambilan informasi terkait tentang pemaknaan pada pengalaman *thrifting*, yaitu; D&G *Thrift* yang terletak di Jl. Perintis Kemerdekaan dan di Pasar Brinharjo, Second Shitstuff di Kota Yogyakarta, Sederek Store di Sewon Bantul, dan Pusat Korean *Thrift* di daerah Banguntapan Bantul.

Maka dari itu peneliti mengambil penelitian di lokasi Yogyakarta untuk mengetahui tentang pemaknaan pada pengalaman anak muda

---

<sup>5</sup> Y Anggara, "Baru Dibuka, Jogja *Thrift* Market Langsung Diserbu Pengunjung," sorotdotco, diakses 30 November 2022, <http://bantul.sorot.co/berita-10003-link-facebook.html>.

terhadap budaya *thrifting* yang muncul dan menyebar luas di daerah Yogyakarta yang memiliki banyak *thrift store* terbesar di Jogja karena menjadi surganya baju *preloved* bagi kalangan anak muda baik laki-laki maupun perempuan. Diantara *thrift store* tersebut yang akan dijadikan subjek untuk memperoleh data yaitu dari pengunjung, khususnya pada kalangan anak remaja tentang minat, pengalaman, dan motivasi dalam melakukan *thrifting*.

## **B. Rumusan Masalah**

Mengingat latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka titik fokus penelitian ini adalah: Bagaimana proses pemaknaan pada anak muda terhadap tren *thrifting* yang menjadi budaya populer di Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui motivasi dan ketertarikan anak muda terhadap tren *thrifting* di Yogyakarta.
2. Menelisis persepsi dan pengalaman anak muda terkait tren *thrifting* di Yogyakarta.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk mendukung dan memberi tambahan penelitian sosiologi, khususnya pada tren *thrifting* yang menjadi budaya populer di kalangan anak muda di Yogyakarta.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Menambah ilmu pengetahuan tentang *fashion* sebagai gaya hidup hemat, identitas diri, dan *thrifting*.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebuah pengalaman bagi informan dalam melakukan kegiatan *thrifting* yang bagus. untuk kedepannya.
- c. Meningkatkan kepedulian terhadap *fashion* yang bermanfaat bagi manusia dan lingkungan seperti tren *fashion thrifting* dan menciptakan *fashion-fashion* lainnya.

## E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini terdapat beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti sebelumnya yang masih memiliki relevansi. Beberapa penelitian tersebut di antaranya sebagai berikut :

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Arik Dwiyanoro, dan Sugeng Harianto dalam jurnalnya pada tahun 2014 yang berjudul “ Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Pengguna Pakaian Bekas”.<sup>6</sup> Penelitian ini menjelaskan tentang gaya hidup mahasiswa UNESA yaitu pengguna pakaian bekas, mengapa mahasiswa tersebut mengembangkan gaya hidup dengan pakaian bekas. Pakaian bekas menurut mahasiswa di sini memiliki gaya hidup yang merupakan refleksi dari identitasnya. Berdasarkan temuan penelitian ini, setiap subjek memiliki gaya hidup yang berkaitan dengan pola pergaulan dan

---

<sup>6</sup> Arik Dwiyanoro dan Sugeng Harianto, “Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Pengguna Pakaian Bekas,” *Paradigma* 02, no. 03 (2014): 8.

belanja. Pola-pola ini yang menjadi aspek yang tercermin dari rutinitas sehari-hari, interaksi dengan orang lain, dan minat pada hal-hal tertentu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik analisa data penelitian menerapkan konsep rasionalitas Weber.

Penelitian saat ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dalam hubungannya dengan pendekatan fenomenologi. Sedangkan teori yang digunakan adalah konstruksi sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Penelitian sekarang ini membahas terkait proses anak muda dalam memaknai aktivitas *thrifting* yang mereka minati. Penelitian ini melihat beberapa faktor anak muda dalam memilih pakaian *thrift* berdasarkan ketertarikan, motivasi, dan pengalaman. dan menelisik fenomena *thrift* yang menjadi populer, budaya ini trending disebabkan beberapa hal. Sehingga setelah mengetahui persoalan tersebut, anak muda dapat memaknai nilai *thrifting* didalam hidupnya. Perbedaan yang menekankan dari penelitian ini dengan sekarang adalah sumber data primer tidak hanya fokus pada anak muda dengan status mahasiswa yang ada dilingkungan kampus, tetapi penelitian sekarang diperoleh melalui informasi dari pengunjung *thrift store* dengan kategori anak muda baik itu pelajar, mahasiswa, dan buruh. Selain itu, pada penelitian sekarang dalam memahami fenomena ini lebih luas bukan hanya ingin mengetahui tindakan yang dilakukan anak muda dalam pengguna pakaian bekas saja, tetapi memahami dari latarbelakang sebab tren *thrifting* menjadi *pop culture* yaitu ada yang memiliki tujuan bagi individu untuk mendapatkan keuntungan selain menikmati pakaian *thrift* untuk dirinya saja.



Penelitian kedua yang dilakukan oleh Alifia Rosi Kumala Dewi, dan Pontjo Bambang Mahargiono dalam jurnalnya pada tahun 2022 yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di *Thrift Shop Not Bad Secondhand*”.<sup>7</sup> Penelitian ini menjelaskan perilaku konsumtif dan perilaku konsumen masyarakat ketika dipengaruhi oleh gaya hidup agar kedua perilaku ini saling berfungsi dan menguntungkan. Pentingnya penelitian ini adalah untuk mengetahui beberapa pengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas diantaranya gaya hidup, promosi, dan kualitas produk. Bertujuan untuk melihat apakah faktor variabel independen gaya hidup, promosi, dan kualitas barang mempengaruhi pilihan pembeli untuk melakukan pembelian di *thrift shop not bad secondhand*. Sehingga hasil dari penelitian ini mencerminkan gaya hidup yang lebih baik dengan kualitas barang yang meningkatkan pilihan pembelian. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif kausal komparatif. Teknik penelitian ini adalah pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan sumber data penelitian ini dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner.

Penelitian sekarang ini menjelaskan bagaimana proses kalangan anak muda dalam mengikuti tren yang menganggap gaya hidup adalah penting

---

<sup>7</sup> Alifia Rosi Kumala Dewi dan Pontjo Bambang Mahargiono, “Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di *Thrift Shop Not Bad Secondhand*,” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 11, no. 2 (12 April 2022), <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4441>.

untuk diikuti sesuai yang masih fenomenal dan populer di media sosial maupun di ruang lingkungannya. Fenomena itu adalah *thrifting* sebagai alternatif anak muda untuk memenuhi *chic style*. Setelah lama menggandrungi dan memahami aktivitas *thrifting* maka anak muda mudah untuk memaknai tren ini pada diri individu. Sehingga poin penting penelitian sekarang adalah mencari tahu pendapat anak muda tentang proses pemaknaan budaya *thrifting*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan untuk memahami realitas pada fenomena ini adalah teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Perbedaan dari penelitian sekarang adalah lebih memahami proses pemaknaan *thrifting* dari segi bagaimana awal adanya ketertarikan, dan motivasi hingga menciptakan pengalaman bagi setiap individu.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Ghea Sesaria Virgina pada tahun 2022 yang berjudul “Fenomena *Thrifting* Sebagai Budaya Populer Masyarakat Pasar Pagi Tugu Pahlawan Kota Surabaya”.<sup>8</sup> Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan informasi yang menarik sebagai kata-kata tertulis atau diungkapkan dari individu dan cara perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini menggunakan teori budaya populer untuk memahami komunikasi, dan

---

<sup>8</sup> Ghea Sesaria Virgina, “Fenomena *Thrifting* Sebagai Budaya Populer Masyarakat Pasar Pagi Tugu Pahlawan Kota Surabaya” (undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2022), <http://digilib.uinsby.ac.id/51865/>.

budaya konsumtif. Dengan menjelaskan gambaran umum fenomena *thrifting* sebagai budaya populer sampai memahami sebab masyarakat melakukan *thrifting*, dan mengidentifikasi siapa saja yang meminati.

Pada penelitian sekarang ini menjelaskan bagaimana fenomena gaya hidup di media sosial sebagai faktor utama dalam mempengaruhi masyarakat untuk meniru cara berpenampilan dengan memilih pakaian *thrift*. Masalahnya pemilihan pakaian bekas adalah sebagai cara agar mode *fashion* mereka terpenuhi dengan harga yang terkenal murah. Pada penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dan subjek penelitian ini adalah pengunjung *thrift store* dengan ketentuan anak muda yang dijadikan narasumber. Teori yang digunakan yaitu dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann tentang Konstruksi sosial. Sehubungan dengan konstruksi sosial, penelitian sekarang memiliki perbedaan pada penelitian sebelumnya yaitu memahami fenomena bagi anak muda dengan mengetahui makna sosial dalam pergaulan mereka ketika mendapatkan nilai yang dikenakan seperti selera dalam memilih *thrifting*. Di sini, penulis memahami dari awal agar mudah para kalangan muda memaknai dunia *thrifting*. Pertama, memahami motivasi anak muda dalam mengenal budaya *thrifting*. Kedua, mengetahui persepsi anak muda terkait fenomena *thrifting* dengan konsep eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Ketiga, baru mengetahui pemaknaan tren *thrifting* menurut anak muda.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Fa'ziah Maulidah, dan Irma Russanti, dalam jurnalnya pada tahun 2021 yang berjudul "Faktor-Faktor

Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas”.<sup>9</sup> Menjelaskan tentang *fashion* fungsi awalnya hanya sebagai pelindung tubuh, kini beralih fungsi sebagai identitas diri dimasyarakat, ketika mengikuti *trend fashion* yang sedang berlangsung. Sehingga meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk pakaian bekas. Minat beli ini merupakan perilaku konsumen. Oleh karena ini pada penelitian ini fokus memahami tentang bagaimana faktor-faktor terkait yang mempengaruhi aktivitas minat beli konsumen terhadap pakaian bekas. Metode penelitian ini menggunakan studi literatur dengan menerapkan metode *systematic Literature Review* atau metode tinjauan pustaka, yaitu untuk melakukan identifikasi, penilaian dan penginterpretasian hasil penemuan pada suatu topik penelitian yang ditujukan untuk menguraikan masalah dan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan *google scholar* untuk mengetahui tingkat minat beli konsumen dari tahun 2005 sampai 2021.

Pada penelitian sekarang bukan sekedar ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang terhadap pakaian bekas. Namun, mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi anak muda pada gaya hidup, motivasi, lingkungan sosial, dan harga. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder, digunakan untuk memperoleh informasi dari pengunjung *thrift store* yaitu memilih anak muda

---

<sup>9</sup> Fa'ziah Maulidah dan Irma Russanti, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas,” *Jurnal Online Tata Busana* 10, no. 3 (29 Oktober 2021): 62–68, <https://doi.org/10.26740/jotb.v10n3.p62-68>.

sebagai narasumber. Sedangkan teknik yang digunakan untuk pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dokumentasi. Teori yang digunakan pada penelitian sekarang adalah konstruksi sosial adalah upaya untuk mengetahui dan memahami para anak muda dalam kenyataannya dengan menilai kehidupan sehari mereka selama memilih pakaian *thrift*. Sehingga perbedaannya adalah penelitian sekarang lebih secara dalam untuk mengetahui minat anak muda pada pakaian *thrift* dari sebelum banyaknya seseorang memilih sampai booming dan menyebar luar dan mudah dikenali oleh semua orang.

Penelitian kelima dalam jurnal pada tahun 2022 yang dilakukan oleh Anggie Arta Mevia Setiyana Putri, dan Asidigisianti Surya Patria yang berjudul “Perancangan Referensi Gaya Berpakaian *Thrifting* Melalui *Feed* Instagram”.<sup>10</sup> Fokus pada penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi yang melatarbelakangi mengapa responden membeli pakaian *thrift* dan selanjutnya untuk mengetahui keinginan dan selera mereka terhadap gaya pakaiannya. Penelitian dan perancangan referensi ini dilakukan dengan tujuan memberikan referensi gaya berpakaian menggunakan baju bekas melalui media instagram. Teknik pengumpulan data dilakukan secara *online* yakni menggunakan penyebaran kuesioner pada *google form* dan disebarakan melalui *platform* Instagram. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menggunakan analisis 5W+1H dan kuesioner.

---

<sup>10</sup> Anggie Arta Mevia Setiyana dan Patria, “Perancangan Referensi Gaya Berpakaian *Thrifting* Melalui *Feed* Instagram.” *Barik*, Vol.3.No.2 (2022): 125-137, <https://ejournal.unesa.ac.id>

Penelitian ini sangat berbeda dengan penelitian sekarang, hanya sama secara garis besar yaitu membahas *thrifting* selebihnya berbeda. Pada penelitian sekarang ditekankan dengan adanya pengaruh media sosial tentang fenomena gaya hidup yang semakin penting dipandang bagi anak muda. Dalam memenuhi keinginannya dalam mengikuti tren gaya hidup para anak muda memiliki ide agar *fashion* yang mereka inginkan terpenuhi yaitu memilih pakaian bekas yang pada saat itu muncul di sosial media. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif untuk menganalisis ketertarikan dan motivasi anak muda pada aktivitas *thrifting*. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dengan anak muda yang masih ada di *thrift store*, dan dokumentasi. Tren *thrifting* sebagai budaya populer ini banyak mengandung permasalahan yang ingin diketahui. Oleh karena itu penelitian ini memahami secara rinci dan jelas dalam mengetahui bagaimana proses anak muda mengawali memilih pakaian *thrift* sampai mampu memaknai sendiri apa yang mereka lakukan setelah menggandrungi *thrifting*. Sumber data untuk memperoleh hasil temuan maka menentukan lokasi penelitian ini di Yogyakarta.

Penelitian keenam dalam skripsi pada tahun 2021 yang dilakukan oleh Dina Rynduning Firdausi yang berjudul “Pemaknaan Fashion *Thrift* Sebagai komunikasi”.<sup>11</sup> Menjelaskan *thrift* merupakan salah satu alternatif yang bisa dicoba untuk bereksperimen dengan gaya dan warna, karena barang-barang

---

<sup>11</sup> Dina Rynduning Firdausi, “Pemaknaan *Fashion Thrift* Sebagai Komunikasi,” 21 September 2021, <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/37167>.



*thrift* barangnya unik dan langka, dan bisa meminimalisir kesamaan barang dengan orang lain. Penelitian ini membahas secara mendalam tentang bagaimana pemaknaan *fashion thrift* sebagai komunikasi bagi kalangan remaja. Maksud dari persoalan ini karena masih kebanyakan *fashion thrift* di pandang sebelah mata oleh masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan mengambil objek penelitian dengan para informan yang mengenal dan mengenakan *fashion thrift* di kota Yogyakarta. Teknik pengumpulan data didapatkan dengan cara observasi di lapangan, wawancara, foto, *video tape*, dokumentasi pribadi dan mencatat memo. Analisis data penelitian dilakukan dengan memberikan arti penting terhadap data informasi yang telah dikumpulkan, dan akan mendapatkan tujuan kesimpulan dari hasil informasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi interpersonal yaitu proses interaksi yang dilakukan oleh kalangan remaja.

Penelitian sekarang ini menjelaskan fenomena gaya hidup dengan memilih mengikuti tren yaitu *thrifting* bagi anak muda dengan memahami motivasi, persepsi, dan pengalaman anak muda pada keputusan mereka memilih pakaian bekas yang kemudian memahami aktivitas tersebut untuk mengetahui pemaknaan *thrifting* yang ada di Yogyakarta bagi kalangan anak muda. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan objek penelitian berada di Yogyakarta. Teori yang digunakan adalah konstruksi sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann untuk memahami pemaknaan *thrifting* berdasarkan pengetahuan dan realitas sosial yang anak muda rasakan atau alami. Sehingga penelitian ini yang melatarbelakangi yaitu pemaknaan

yang dimaksud peneliti sekarang adalah pemaknaan terhadap tren *thriftifing* yang menjadi budaya populer di Yogyakarta. Yang membedakan antara penelitian ini dengan sekarang adalah dalam memaknai fenomena *thriftifing* sekarang tidak dilihat dengan memahami *thrift* sebagai cara komunikasi saja melainkan penelitian ini penting pada soal konstruksi sosial pada budaya *thriftifing* yaitu untuk memahami secara sosiologis terhadap pemaknaan memilih *thriftifing*.

Penelitian yang ketujuh adalah hasil penelitian skripsi pada tahun 2018 yang dilakukan oleh Wiqoyatul Amanah, dengan judul “Konstruksi Sosial Pemaknaan Pangsi Jawara Betawi Penguatan Identitas Etnis Betawi Dalam Menghadapi Globalisasi”.<sup>12</sup> Penelitian ini menjelaskan ketertarikan untuk meneliti konstruksi sosial pangsi Betawi. Hal ini untuk melihat bagaimana kondisi pangsi Betawi dan jawara saat ini ketika berada atau menetap di wilayah DKI Jakarta sebab tempat ini menjadi perpaduan budaya. Sehingga penelitian ini ingin melihat konstruksi sosial makna pangsi Betawi serta penguatan identitas budaya Betawi. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann sebagai tahap menjelaskan proses pembentukan realitas dalam melihat pangsi jawara Betawi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memahami fenomena yang telah mereka alami.

---

<sup>12</sup> Wiqoyatul Amanah, “Konstruksi sosial pemaknaan pangsi jawara betawi: penguatan identitas etnis Betawi dalam menghadapi globalisasi” (bachelorThesis, Jakarta : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Syarif Hidayatullah, 2018), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/43646>.

Pada penelitian sekarang objek penelitiannya adalah tren *thrifting* adalah salah satu fenomena yang diikuti anak muda dalam memenuhi gaya hidup yang mereka ingin tirukan, namun adanya faktor lain yang menyebabkan anak muda memilih pakaian bekas. Oleh karena itu, pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif berupa teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Teori ini digunakan untuk mengetahui kenyataan pada suatu kualitas seseorang terhadap fenomena-fenomena yang ada. Yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami terkait persepsi, motivasi, dan tindakan. Menurutny terdapat dua objek pokok realitas yang berkaitan dengan pengetahuan, yaitu subjektif dan objektif. Dan dalam teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Sedangkan perbedaan antara kedua penelitian ini adalah lokasi penelitian, subjek dan objek, serta masalah dan tujuan.

Penelitian yang kedelapan adalah hasil penelitian skripsi pada tahun 2023 yang dilakukan oleh Rizki Gustiani Meirlyana dengan judul “Pemaknaan Thrifting Bagi Mahasiswa *Upper-Middle Class* Di Kota Bandar Lampung”.<sup>13</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi dalam kegiatan pemanfaat *thrift* yang dilakukan oleh para mahasiswa kelas atas di Kota Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis untuk mendapatkan informasi

---

<sup>13</sup> Meirlyana Rizki Gustiani, “Pemaknaan Thrifting Bagi Mahasiswa *Upper-Middle Class* Di Kota Bandar Lampung,” Skripsi (Universitas Lampung: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 29 Maret 2023), [Http://Digilib.Unila.Ac.Id/70899/](http://Digilib.Unila.Ac.Id/70899/).

secara dalam tentang pemaknaan *thrifting* melalui metode wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Masyarakat Konsumsi. Teori ini dikembangkan oleh Jean Paul Baudrillard, memaknai tentang nilai tujuan, kualitas tanda, dan *simulacra* dalam kegiatan pemanfaatan individu. Dalam hal ini peningkatan status, keunggulan, kelas, gaya hidup, dan citra yang ingin ditampilkan. Selain itu, pentingnya *thrifting* bagi mahasiswa *upper middle class* mengarah pada serangkaian pengalaman, *brand*, dan kelangkaan dari suatu barang *thrift*.

Penelitian sekarang menjelaskan bagaimana penulis mengetahui persepsi dan makna seseorang terhadap faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi anak muda dalam meminati untuk memilih dan membeli pakaian *thrift*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi yaitu mengamati secara dalam tentang tren *thrifting*. Sedangkan teori yang digunakan penelitian sekarang adalah teori konstruksi sosial untuk menemukan hasil data tentang pemaknaan *thrifting* sesuai dengan kenyataan yang mereka ketahui sesuai dengan tahap eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Selain itu teknik penelitian diantara kedua ini sama dalam menentukan informan yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Lokasi penelitian ini dilakukan di beberapa *thrift store* yaitu di Kota Yogyakarta dan Bantul. Fokus penelitian ini adalah menelisik persepsi anak muda terhadap pengalaman mereka ketika bertindak menentukan pemilihan pakaian *thrifting* dan mampu menilai aktivitas tersebut. Penelitian ini dalam mendapatkan hasil informasi secara relevan yaitu

menentukan subjek penelitiannya yaitu khusus kalangan anak muda. Sehingga dengan mudah mendapatkan data sesuai dengan apa yang mereka rasakan.

Penelitian yang kesembilan adalah hasil penelitian jurnal pada tahun 2017 yang dilakukan oleh Osha Putra Dharmawan dan Pambudi Handoyo dengan judul “Fenomena Sneakers Impor (Studi Konstruksi Sosial Pemakaian Sneakers Impor Universitas Negeri Surabaya)”<sup>14</sup> penelitian ini menjelaskan sesuatu fenomena untuk mengetahui kondisi objektif dan konstruksi *sneakerhead* tentang sejauh mana pemakaian *sneakers import*. Bahwasannya pemakaian *sneakers* impor sebagai *prestige*, fenomena ini dapat menumbuhkan rasa kepercayaan diri, dan pemakaian tren impor ini menandakan sebagai refleksi kepribadian diri. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi teori konstruksi sosial. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara dengan pemilihan subjek secara *snowball* dan *incidental*, subjek dalam penelitian ini ditentukan jumlah informannya yaitu lima orang.

Penelitian sekarang ini membahas bagaimana proses anak muda memaknai tren *thrifting* setelah mereka mengetahui dirinya dalam berpersepsi tentang pengalaman mereka berdasarkan interaksi sosial. Selain itu, setelah memahami ketertarikan dan trendingnya gaya hidup seperti *thrifting* di media

---

<sup>14</sup> Osha Putra Dharmawan, “Fenomena Sneakers Impor (Studi Konstruksi Sosial Pemakaian Sneakers Impor Universitas Negeri Surabaya),” *Paradigma* 5, no. 1 (13 Januari 2017), <https://ejournal.unesa.ac.id>.

sosial. Namun cara memilih subjek penelitiannya berbeda, pada penelitian sekarang ini subjek ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, dan untuk jumlah informan pada penelitian sekarang tidak ditentukan dari awal akan tetapi jumlah informan ditentukan setelah wawancara tersebut sudah mendapatkan hasil yang relevan sesuai masalah penelitian. Penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan sama antara kedua penelitian yaitu teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann sama digunakan untuk memahami identitas seseorang dalam bertindak dengan memahami dunia kehidupan dalam proses memilih keputusan. Yang membedakan penelitian ini adalah fenomena yang dimaksud berbeda, sebab penelitian sekarang fokus pada gaya hidup bagi anak muda penting untuk diikuti dengan cara berfashion menggunakan pakaian bekas itilah lainnya adalah *thrifting*. Melainkan pada penelitian sebelumnya itu mengangkat fenomena sneakers impor.

Penelitian yang kesepuluh adalah hasil penelitian skripsi pada tahun 2017 yang dilakukan oleh Ima Nirwana Wati dengan judul “Konstruksi Sosial Hijab Syar’i Dalam Pembentukan Identitas Sosial Keagamaan”.<sup>15</sup> Menjelaskan fenomena hijab menjadi bagian dari sistem simbol keagamaan yang menjelaskan “siapa” seseorang di dalam masyarakat. Namun, dalam praktek keagamaannya muncul kasus pelarangan yang terjadi di dalam

---

<sup>15</sup> Ima Nirwana Wati, “Konstruksi Sosial Hijab Syar’i Dalam Pembentukan Identitas Sosial Keagamaan Studi Kasus Lembaga Dakwah Kampus Sahabat Muslim Dan 3 Mahasiswi Muslimah Universitas Negeri Jakarta” (doctoral, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA, 2017), <http://repository.unj.ac.id/26237/>.



instansi maupun lembaga pendidikan seperti sekolah dan kampus. Hal itu dinilai adanya ketidakseragaman pada pengguna hijab dan berkembangnya paham sekulerisasi. Sehingga memunculkan stereotipe terhadap pengguna hijab. Lalu muncul kelompok keagamaan seperti LDK SALIM UNJ yang kehadirannya membawa visi dan misi dalam penyebaran nilai-nilai ajaran agama Islam di kampus UNJ dengan GEMES (Gerakan Menghias Syar'ī). Gerakan ini bentuk dari perintah menutup aurat. Sehingga fokus penelitian ini adalah memahami peran dan mengetahui konstruksi sosial hijab syar'ī dalam pembentukan identitas sosial keagamaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode naratif dengan menggunakan teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, studi pustaka, dan triangulasi data.

Sedangkan dalam penelitian sekarang menjelaskan maksud tentang tren *thriftling* sebagai budaya populer di kalangan anak muda. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan datanya yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Teori Berger dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui fenomena kenyataan sosial dengan mengetahui makna dan motivasi individu sebagai identitas diri. Penelitian sekarang memilih objek penelitian tentang fenomena tren *thriftling* sebagai fashion anak muda dengan eksis di luar lingkungan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, objek penelitiannya adalah menjelaskan secara rinci

dalam menggambarkan konstruksi sosial hijab syar'i yang terjadi di kampus UNJ dalam pembentukan identitas sosial keagamaan.

Penelitian yang kesebelas adalah hasil penelitian skripsi yang dilakukan oleh Kurnia Wulandari dengan judul “Fenomena *Online Thrift Shop* Melalui Media Sosial Instagram”.<sup>16</sup> Penelitian ini ingin mengetahui pandangan masyarakat terhadap adanya fenomena khas yang berbasis *online thrift shop* serta motif apa yang mendorong pembeli untuk membeli atau memanfaatkan barang-barang bekas atau *thrift*. Demikian juga, itu berarti untuk mengetahui proses pemikiran yang mendorong konsumen untuk berpartisipasi dalam kegiatan *thrifting*, misalnya, dalam segi ekonomis, ramah lingkungan serta dapat menemukan atau mengetahui karakter mereka sendiri. Dalam penelitian ini mendeskripsikan pandangan masyarakat terkait dengan adanya fenomena online *thrifting* tersebut yang dimana dirasa sangat berpengaruh baik itu terhadap para pelaku *thrifting* maupun para penikmatnya. Pada penelitian ini lebih menekankan kepada fenomena *thrifting* yang beredar melalui media *online* yaitu dengan melalui perantaraan media sosial. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam.<sup>17</sup> Metode penelitian menggunakan paradigma penelitian *positivism*, yaitu merupakan sudut pandang seseorang terhadap suatu realitas maupun fenomena yang

---

<sup>16</sup> Kurnia Wulandari, “Studi Motivasi Online *Thrifting* Di Media Sosial Instagram Pada Masyarakat Di Tangerang Selatan (Teori Fenomenologi Pada Aktivitas Online *Thrift Shop*)” (skripsi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2022), <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/17589/>.

<sup>17</sup> Wulandari.

terjadi atau muncul di masyarakat. Adapun paradigma ini sangat cocok dan dapat mengukur dengan *instrumen* penelitian sesuai dengan karakteristiknya, serta untuk menjelaskan permasalahan penelitian.

Penelitian yang dibahas sama-sama ingin mengetahui lebih dalam terkait fenomena *thrifting*, namun perbedaannya penelitian sekarang ingin mengetahui tren tersebut lewat konsumen yang fokus pada anak muda saat berada di dalam toko *offline*. Gaya hidup bagi anak muda kini dianggap penting untuk diikuti. Budaya *thrifting* ini memiliki pengaruh kuat dalam kehidupan masyarakat karena pakaian merupakan kebutuhan pokok yang selalu ingin dipenuhi. Penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif deskriptif pendekatan fenomenologi dengan mengetahui realitas sosial pada aktivitas *thrifting* dari teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Penelitian ini berada di Yogyakarta dengan maksud untuk mengetahui tentang pemaknaan pada pengalaman anak muda terhadap budaya *thrifting* yang muncul dan menyebar luas dengan memahami identifikasi pengalaman dan kepuasan dalam memahami fenomena *thrifting*. Sumber data penelitian sekarang adalah anak muda dengan melakukan wawancara secara langsung di lokasi *thrift store*. Proses pemaknaan dan persepsi anak muda dalam mengenal tren *thrifting* dengan mencari pengetahuan secara sadar apa yang mereka pahami setelah melakukan aktivitas *thrifting*.

## **F. Landasan Teori**

## 1. Konstruksi Sosial

Suatu proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap orang terhadap lingkungan dan pandangan-pandangan diluar dirinya dari proses objektivasi. Pemaknaan ini dilihat dalam aktivitas di kehidupan sehari-hari dari faktor pergaulan anak muda ketika tertarik memilih pakaian *thrift*. Untuk memahami dan menganalisis mengenai fenomena tren *thrifting* sebagai budaya populer maka perlu menggunakan teori konstruksi sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Teori ini digunakan untuk memahami latar belakang suatu fenomena *thrifting* terkait makna yang digemari anak muda Yogyakarta. Konstruksi sosial pada dasarnya adalah makna sosial yaitu nilai yang digunakan anak muda memiliki tingkat selera dalam mengikuti aktivitas *thrifting* dari proses pergaulannya dengan kelompok pertemanan. Oleh karena itu, teori ini difokuskan pada pemaknaan tentang pengalaman dan motivasi pada seseorang ketika mengikuti tren *thrifting* yang kemudian dapat diketahui faktor mengenai tren dalam kehidupan sehari-hari. Kunci teori konstruksi sosial ini, pada konsep yang dikembangkan Berger adalah eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.<sup>18</sup> Tren semacam ini memerlukan analisis “realitas objektif” (yaitu pengetahuan tentang dunia, sebagaimana di objektivasi dan diterima begitu saja dalam masyarakat), dan “korelasi subyektifnya” (adalah mode di mana dunia

---

<sup>18</sup> Aimie Sulaiman, “Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger,” *Jurnal Society* Vol. VI, No 1 (Juni 2016).

yang di objektifikasi ini terbentuk secara subyektif).<sup>19</sup> Maka, teori ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan memberikan penekanan pada pentingnya pengalaman anak muda ketika menggandrungi *trend thrifting* dalam berbagai motivasi yang dapat memberikan pengetahuan dan mengendalikan masyarakat peminatnya.

Teori Berger ini khusus untuk mendefinisikan ulang hakikat dan peranan sosiologi pengetahuan, yaitu mendefinisikan pengertian “kenyataan” dan “pengetahuan”. Sosiologi pengetahuan berkaitan dengan dialektika yang terkait, tetapi lebih luas antara struktur sosial dan “dunia” di mana individu hidup. Yaitu organisasi realitas yang komprehensif di mana pengalaman individu dapat ditafsirkan secara bermakna. Setiap masyarakat adalah perusahaan pembangun dunia. Melalui konsep pengetahuan, Berger pada akhirnya berhasil menjawab pertanyaannya dengan rumusan “kenyataan objektif “ dan “kenyataan subjektif” (Sulaiman, 2016). Menurut Berger, manusia berada dalam pengaruh kenyataan objektif dan subjektif. Pada kenyataannya objektif manusia secara struktural dipengaruhi oleh lingkungan dimana orang tinggal atau arah kemajuan seseorang ditentukan secara sosial. Adanya hubungan timbal balik antara diri seseorang dengan konteks sosial yang membentuk realitas objektif menyiratkan bahwa manusia dipandang sebagai bentuk kehidupan yang memiliki kecenderungan tertentu dalam

---

<sup>19</sup> Peter Berger, “Identity as a Problem in the Sociology of Knowledge,” *European Journal of Sociology / Archives Européennes de Sociologie / Europäisches Archiv für Soziologie* 7, no. 1 (1966): 106.

societas.<sup>20</sup> Subjektifnya bermain dalam lingkungan sosial atas dasar bahwa individu telah memegang alih dunia sosial yang telah membentuknya.

Pengalaman individu kemudian dapat dipahami sebagai suatu yang terjadi di dunia. Makna individu di objektivitas sehingga dapat diakses oleh semua orang. Memang, dunia ini dipahami sebagai "realitas objektif" yaitu sebagai realitas yang dibagikan dengan orang lain dan yang ada terlepas dari preferensi individu sendiri dalam masalah tersebut. Kunci teori konstruksi sosial ini adalah konsep yang dikembangkan oleh Peter L. Berger yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu cara yang tepat untuk menghadapi atau menceritakan akibat dari hasil penelitian secara gamblang berdasarkan fenomena yang ada di lapangan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah fenomenologi. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan latar belakang yang ingin mengetahui proses pemaknaan pada anak muda terhadap tren *thrifting* yang menjadi budaya populer di Yogyakarta.

---

<sup>20</sup> "Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger : Profil, Perspektif, Contohnya," 8 Februari 2022, <https://www.sosiologi.info/2022/02/teori-konstruksi-sosial-peter-l-berger-profil-perspektif-contohnya.html>.



## 2. Lokasi penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di sebuah store khusus *thrift* yang berada di Yogyakarta, yang terkenal dengan pakaian bekas berkualitas bagus dan pengunjung yang banyak. Peneliti akan mengambil beberapa tempat untuk mendapatkan banyak informan sehingga menghasilkan data yang relevan, diantaranya store D&G Thrift yang terletak di Pasar Beringharjo, Second Shitstuff di Kota Yogyakarta, Sederek Store di Dongkelan Bantul, dan Pusat Korean Thrift di Banguntapan Bantul. Beberapa *thrift store* tersebut ada yang masih bentuk obralan, harga tawar-menawar hingga *thrift store* yang bersih berkualitas baik dengan harga yang tidak bisa ditawar.

## 3. Subjek Dan Objek Penelitian

Subjek penelitian berfungsi sebagai informan selama dalam penggalian data mendalam bermaksud untuk memastikan bahwa yang diperoleh dapat diandalkan. Supaya mendapatkan data yang sesuai dengan apa yang perlu diteliti, sehingga peneliti memilih informan yang tepat. Subjek dalam penelitian ini adalah pengunjung *store* khususnya kalangan anak muda. Oleh karena itu, peneliti melakukan penentuan informan dilihat dari ciri penelitian kualitatif adalah metode *purposive* yang merupakan strategi pengambilan sumber dari informan yang ditentukan oleh peneliti secara sengaja dengan berfokus pada berbagai kriteria. Kriteria yang dimaksud adalah informasi tentang objek yang akan diteliti, dan informan yang dipilih

berada dalam komunitas yang akan diteliti.<sup>21</sup> Sehingga peneliti dengan secara sengaja memilih informan yang sudah sesuai dengan teknik *purposive*.

#### 4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti yaitu sumber yang bersifat primer dan sekunder.

##### a. Data Primer

Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh melalui informasi dari pengunjung yaitu anak muda sebagai narasumber yang menggandrungi dunia *thrifting* yang berada dalam lokasi penelitian.

##### b. Data Sekunder

Sumber data yang bersifat sekunder dapat diperoleh dari referensi, seperti penelitian terdahulu, buku, jurnal, artikel, atau dokumen lain yang masih relevan sampai saat ini.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### 1) Observasi

Merupakan salah satu teknik mengumpulkan data sebanyak-banyaknya yang dilakukan secara sistematis dengan

---

<sup>21</sup> Kaharudin, "Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi", Vol.IX.Issu 1. Januari-April 2021, *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, hlm.3.

mengamati subjek yang terjadi di lapangan. Untuk mendapat hasil yang akurat maka peneliti harus terjun ke lokasi secara langsung melihat aktivitas sosial pengunjung *store* tersebut, dilakukan guna mengamati bagaimana proses *thrifting* mereka secara langsung. Selain itu menggunakan jenis observasi partisipatoris dengan mengkaji dan memahami suatu komunitas, budaya pada kalangan muda saat *nge-thrift*.

## 2) Wawancara

Wawancara digunakan untuk mengumpulkan dan mengolah data agar mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka dengan informan. Yang mempunyai informasi lebih lanjut terkait dengan objek yang diteliti. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan cara melakukan pertemuan secara langsung (dengan bertatap muka). Model wawancara yang digunakan wawancara tidak terstruktur dan semi-struktur untuk mendapatkan informasi dan data, supaya menghasilkan pemahaman yang holistik dari pemikiran informan terkait budaya *thrifting*.

## 3) Dokumentasi

Dokumentasi ini digunakan untuk mengumpulkan data dari hasil peneliti selama berada dilapangan yang berkaitan dengan bukti fisik. Yang berupa gambar, tempat dan dokumentasi dari teknik *interview* dari hasil partisipasi observasi.

## 6. Teknik Analisis Data

Ada beberapa langkah-langkah dalam menganalisis data dalam penelitian ini diantaranya yaitu :

### a) Reduksi Data

Reduksi Data dalam penelitian ini digunakan untuk menyeleksi dan pemilihan maupun penyederhanaan dari data-data yang relevan dengan penelitian yang diperoleh dari hasil lapangan. Langkah pertama dalam analisis adalah reduksi data, yang melibatkan pemilihan, pemusatan, penyederhanaan, dan abstraksi untuk mempermudah penelitian dalam memahami data yang sudah dikumpulkan dari catatan lapangan. Data yang dikumpulkan dari proses lapangan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan mereduksi data dapat dilakukan dengan cara menyimpulkan, memilih, dan memfokuskan pada sudut utama, dan mencari pola dari data informasi yang didapat.

### b) Penyajian Data

Penyajian data yaitu hasil dari reduksi data yang sistematis bertujuan untuk memudahkan dalam memahami, menuturkan maupun menyimpulkan data. Penyajian data merupakan metode yang terlibat dengan menggabungkan hasil data, sehingga tujuan informasi dapat ditarik kesimpulan yang menjadi mudah dilakukan dalam memahami hasil lapangan. Penyajian data dimanfaatkan dengan cara mengumpulkan informasi dan menyusun hasil

informasi. Selain itu digunakan untuk memahami bagi peneliti dan pembaca dalam hasil laporan penelitian ini. Hasil data tersebut disajikan dalam bentuk teks naratif yang berisi informasi maupun baik dari hal-hal yang berkaitan dalam tren *thrifting* sebagai budaya populer di kalangan anak muda.

c) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah cara terakhir yang dilakukan peneliti dalam proses menganalisis data. Cara dalam mengambil kesimpulan ini dilakukan dari bentuk temuan-temuan berdasarkan dengan data yang telah diperoleh selanjutnya yang akan diverifikasi. Namun kesimpulan yang sudah didapat itu bersifat sementara maka dari peneliti perlu adanya pengecekan ulang sehingga sampai dengan kesimpulan yang benar-benar sudah relevan. Penarikan kesimpulan adalah pemurnian data untuk menguraikan maknanya. Tujuan ini tertarik untuk memeriksa apakah ada penemuan baru dalam penelitian.

## H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan untuk mempermudah penelitian supaya lebih jelas dan terstruktur. Sistematika dalam penelitian ini sebagai berikut :

- BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan

teori, metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

- BAB II Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum situasi dan kondisi dari beberapa lokasi *thrift store* yang berada di Yogyakarta.

- BAB III Temuan/ Data Lapangan

Dalam bab ini berisi tentang temuan atau data lapangan tentang hal-hal yang secara khusus terkait dengan topik penelitian. Serta menyajikan data yang relevan terkait tren *thrifting* sebagai budaya populer di kalangan anak muda di Yogyakarta sesuai dengan tujuan penelitian.

- BAB IV Analisis dan Pembahasan (Teori Konstruksi Sosial “*Identity As A Problem*” menurut Peter L. Berger dan Thomas Luckmann)

Dalam bab ini akan menganalisis temuan data lapangan yang ada di pembahasan bab sebelumnya. Di bab ini, hasil data tersebut akan dielaborasi dengan teori yang telah peneliti tentukan dengan menggunakan teori yang relevan.

- BAB V Penutup

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran, yaitu menyimpulkan hasil dari jawaban masalah penelitian terkait proses pemaknaan Tren *Thrifting* Sebagai Budaya Populer Di Kalangan Anak Muda Di Yogyakarta.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dengan judul “Tren *Thrifting* Sebagai Budaya Populer di Kalangan Anak Muda di Yogyakarta” dengan menggunakan teori konstruksi sosial, agar mampu menyimpulkan rumusan masalah. Dengan maksud untuk mengetahui persepsi anak muda terhadap fenomena *thrifting* berdasarkan pengetahuan mereka dalam kehidupan sehari-hari, sesuai dengan kenyataan yang sedang tren sampai saat ini. Selain itu penulis melakukan wawancara agar mengetahui bagaimana anak muda dalam memaknai aktivitas ini sesuai dengan pemahaman yang mereka rasakan setelah menetap untuk memilih pakaian *thrift*. Dan bagaimana anak muda dalam mendapatkan motivasi karena mereka merasa adanya rasa ketertarikan untuk membeli pakaian bekas. Maka penulis dapat menyimpulkan bahwa fenomena budaya *thrifting* adalah aktivitas sosial atas dasar kenyataan seseorang khususnya anak muda dalam menilai aktivitas ini sebagai bentuk gaya hidup yang banyak diminati orang lain.

Dibalik populernya aktivitas *thrifting* ini, ternyata para anak muda tidak bisa terlepas dari berbagai macam motivasi yang mereka dapatkan. Sebab ketertarikan seseorang dalam memilih *thrift* merupakan hasil dari dorongan-dorongan. Faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi tindakan para anak muda disebabkan karena adanya dorongan dari diri sendiri yang memiliki rasa ingin tahu, lingkungan yang membuat mereka tahu seperti media sosial, selain itu *thrifting* dikenal dengan istilah penghematan. Sehingga faktor-faktor tersebut memicu para anak muda untuk mencoba memahami fenomena dengan mengambil tindakan pergi ke *thrift store*.

Sehingga adanya inovasi-inovasi yang memicu mereka dalam mengawali membeli pakaian bekas itu akan menghasilkan kebiasaan ketika memakai pakaian *thrift*. Dengan kata lain, seperti kenyataan sosial ketika memiliki akar-akar terhadap suatu tatanan maka aktivitas tersebut akan berkembang dan semakin meningkatnya minat seseorang dalam menggandrungi budaya *thrifting*.

Budaya *thrifting* memiliki beberapa makna berdasarkan pengalaman anak muda yang menganggap aktivitas ini bermanfaat bagi dirinya. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi mereka dalam melangkah membeli pakaian *thrift* mampu untuk memaknai istilah *thrifting*. Menurut mereka, tren *thrifting* merupakan aktivitas jual-beli pakaian bekas dengan kualitas terbaiknya dengan harga murah dengan sebutan “ramah di kantong”. Sehingga makna tren *thrift* ini adalah sebagai bentuk penghematan yang berlaku ketika ingin membeli harus memilih yang paling murah. Dengan demikian, pakaian *thrift* sebagai tindakan yang menguntungkan bagi anak perantauan. Pemuda disini menyimpulkan tren *thrifting* sebagai jalan mereka untuk membeli yang bermerek, kainnya tebal tidak mudah robek dengan harga tidak wajar. Faktor lainnya menciptakan kepuasan, setiap seseorang memiliki minat terhadap suatu objek dan ketika objek tersebut sesuai dengan yang dibutuhkan dan berkaitan dengan keinginan pada hatinya maka mereka merasakan kepuasan. Selain itu, makna *thrifting* mampu meningkatkan gaya hidup berpakaian sesuai tren yang sedang ditiru masyarakat muda. Karena mereka menganggap pakaian-pakaian *thrift* ini mempunyai model dan jenis pakaian yang unik dan kekorean.

Tren *thrifting* sebagai budaya populer sebab adanya tiga aspek dalam mengetahui persepsi, motivasi, dan makna. Ketiga aspek ini adalah sebagai jalan untuk mengetahui pengetahuan dari kenyataan dan pengalaman yang mereka dapatkan dalam menggandrungi budaya tersebut. Aspek-aspek konstruksi sosial diantaranya yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan penulis beserta kesimpulan yang dipaparkan, maka penulis memberikan beberapa saran diantaranya :

1. Fenomena *thrifting* memiliki istilah penghematan berdasarkan pengetahuan orang lain. Sehingga tingginya minat membeli pakaian bekas ini, dari pengaruh gaya hidup terhadap keputusan seseorang yang mudah untuk menggandrungi. Oleh karena itu, kalangan anak muda supaya bisa mengontrol gaya berpakaian dengan baik, dengan tujuan membeli pakaian *thrift* atas dasar kebutuhan. Bukan memilih atau membeli hanya sekedar untuk mengikuti budaya yang tren di media sosial, tetapi perlu memutuskan sesuatu untuk mendapatkan kemanfaatan ketika dipakai.
2. Berdasarkan persepsi dan pemaknaan seseorang dalam memahami fenomena tren *thrifting* di Yogyakarta adalah sebagai bentuk eksis dengan memakai baju *thrift*, karena mereka menganggap dengan mengenakan pakaian bekas mampu meningkatkan percaya diri, sebab

orang lain tidak akan paham sebenarnya pakaian tersebut sebelumnya sudah bekas orang. Maka orang-orang yang banyak memilih pakaian *thrifting* ini, agar bisa memiliki tingkat kesadaran dalam mempertahankan eksistensi budaya *thrifting*.

3. Secara garis besar dari hasil penelitian seseorang mudah untuk tertarik dengan aktivitas *thrifting* hanya melalui media sosial. Dan tidak adanya paksaan dari orang lain dalam memilih *thrift*. Kebanyakan hanya sekali mencoba membeli dan setelah itu banyak yang langsung ketagihan dan merasa tertarik lagi untuk mencoba membeli pakaian *thrift* dilain *store*. Sehingga seseorang harus memiliki motivasi sebelum memilih dan menggandrungi budaya *thrifting*. Supaya dalam melakukan setiap tindakan yang diawali dengan adanya dorongan dari diri sendiri, orang lain, atau faktor dari lingkungan dapat menciptakan rasa kepuasan tanpa adanya penyesalan setelah membeli pakaian yang sebenarnya tetap dinilai dengan pakaian bekas.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Berger, Peter L, dan Thomas Luckman. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan (Risalah tentang Sosiologi pengetahuan)*. Jakarta: LP3ES, 2012.

Bungin, Burhan. *Konstruksi Sosial Media Massa (kekuatan pengaruh media massa, iklan televisi dan keputusan konsumen serta kritik terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann)*, 2008.

### JURNAL

Agnesvy, Faninda, dan Mochamad Iqbal. "Penggunaan Trend Fashion Thrift Sebagai Konsep Diri Pada Remaja Di Kota Bandung." *Avant Garde : Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 10 No. 02 (Desember 2022).

Dewi, Alifia Rosi Kumala, dan Pontjo Bambang Mahargiono. "Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Thrift Shop Not Bad Secondhand." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 11, no. 2 (12 April 2022). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4441>.

Dharma, Ferry Adhi. "Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger Tentang Kenyataan Sosial." *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (1 September 2018): 1–9. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.101>.

Dharmawan, Osha Putra. "Fenomena Sneakers Import (Studi Konstruksi Sosial Pemakaian Sneakers Impor Universitas Negeri Surabaya)." *Paradigma* 5, no. 1 (13 Januari 2017). <https://ejournal.unesa.ac.id>.

Dwiyantoro, Arik, dan Sugeng Harianto. "Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Pengguna Pakaian Bekas." *Paradigma* 02, no. 03 (2014): 8.

Irwanto, Irwanto, dan Laurensia Retno Hariatiningsih. "Identitas Diri pada Media Sosial (Konstruksi Sosial dan Potensi Rumor Pengguna Instagram)." *Jurnal Komunikasi* 10, no. 2 (3 September 2019): 184–90. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i2.6411>.

Maulidah, Fa'ziah, dan Irma Russanti. "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas." *Jurnal Online Tata Busana* 10, no. 3 (29 Oktober 2021): 62–68. <https://doi.org/10.26740/jotb.v10n3.p62-68>.

Mongisidi, Sweetly Jane, Jantje Sepang, dan Djurwati Soepeno. "Pengaruh Lifestyle dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square)" Vol.7 No.3 Juli 2019 (t.t.).

Sulaiman, Aimie. "Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger." *Jurnal Society* Vol. VI, No 1 (Juni 2016).

## **SKRIPSI**

Amanah, Wiqoyatul. "Konstruksi sosial pemaknaan pangsi jawara betawi: penguatan identitas etnis Betawi dalam menghadapi globalisasi." Bachelor Thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Syarif Hidayatullah, 2018.  
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/43646>.

Firdausi, Dina Rynduning. "Pemaknaan Fashion Thrift Sebagai Komunikasi." *UII Yogyakarta*, 2021.

Ima Nirwana Wati. "Konstruksi Sosial Hijab Syar'i Dalam Pembentukan Identitas Sosial Keagamaan Studi Kasus Lembaga Dakwah Kampus Sahabat Muslim Dan 3 Mahasiswi Muslimah Universitas Negeri Jakarta." Doctoral, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA, 2017.  
<http://repository.unj.ac.id/26237/>.

Rizki Gustiani, Meirlyana. "Pemaknaan Thrifting Bagi Mahasiswa Upper-Middle Class Di Kota Bandar Lampung." Skripsi. Universitas Lampung: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 29 Maret 2023.  
<http://digilib.unila.ac.id/70899/>.

Wulandari, Kurnia. "Studi Motivasi Online Thrifting Di Media Sosial Instagram Pada Masyarakat Di Tangerang Selatan (Teori Fenomenologi Pada Aktivitas Online Thrift Shop)." Skripsi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2022. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/17589/>.

## **WEBSITE**

"Bersaing dengan Citayam Fashion Week, Anak Muda Jogja Gelar Malioboro Fashion Street - WisataHits," 23 Juli 2022. <https://wisatahits.blog/bersaing-dengan-citayam-fashion-week-anak-muda-jogja-gelar-malioboro-fashion-street-11532/>.

"Daftar kapanewon, kemantren, kalurahan, dan kelurahan di Daerah Istimewa Yogyakarta." Dalam *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*, 5 Juni 2023.



[https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Daftar\\_kapanewon,\\_kemantren,\\_kalurahan,\\_dan\\_kelurahan\\_di\\_Daerah\\_Istimewa\\_Yogyakarta&oldid=23627830](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Daftar_kapanewon,_kemantren,_kalurahan,_dan_kelurahan_di_Daerah_Istimewa_Yogyakarta&oldid=23627830).

“Portal Berita Pemerintah Kota Yogyakarta - KONDISI GEOGRAFIS KOTA YOGYAKARTA.” Diakses 16 Juli 2023.  
<https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/1069>.

“Tak Hanya Baju, Ini Deretan Produk Thrifting Impor yang Laku di Indonesia - Bisnis Tempo.co.” Diakses 18 Agustus 2023.  
<https://bisnis.tempo.co/read/1704737/tak-hanya-baju-ini-deretan-produk-thrifting-impor-yang-laku-di-indonesia>.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA