

**ARTIKULASI DAN EKSPRESI KONSUMSI *THRIFTING* PADA
MAHASISWA FISHUM UIN SUNAN KALIJAGA 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 :

Ahmad Sunny Mubarak

NIM : 19107020031

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UIN SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN



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-1000/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : ARTIKULASI DAN EKSPRESI KONSUMSI THRIFTING PADA MAHASISWA FISHUM UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AHMAD SUNNY MUBAROK
Nomor Induk Mahasiswa : 19107020031
Telah diujikan pada : Rabu, 16 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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: 64e3199830666



Penguji I

Dr. Yayan Suryana, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 64ec4019f310b



Penguji II

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

Valid ID: 64ed03c83e0e9



Yogyakarta, 16 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 64ed855f81dce

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Ahmad Sunny Mubarak

NIM : 19107020031

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Sosiologi

Alamat Rumah : Desa Lajer RT 03 RW 2 Kecamatan Tukdana Kabupaten
Indramayu, Jawa Barat.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi yang saya ajukan ini benar asli hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

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

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 Agustus 2023

Menyatakan,
Sunny Mubarak.
Rp.10000,-
Sunny Mubarak.

NIM . 19107020031

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp :

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 : Ahmad Sunny Mubarak

NIM : 19107020031

Prodi : Sosiologi

Judul : Artikulasi dan Ekspresi Konsumsi Trifthing Pada Mahasiswa FISHUM UIN Sunan Kalijaga

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Sosiologi.

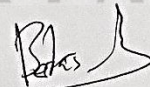
Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10.08.2023

Pembimbing,



B.J. Sujibto, S.Sos., M.A..

NIP. 198602242019031007

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil Alamein, atas limpahan sifat rahman rahimnya Allah SWT akhirnya skripsi ini dapat saya selesaikan. Selanjutnya, skripsi ini saya persembahkan kepada.

1. Bpk Saefudin dan Ibu Rustiah sebagai orang tua kandung saya yang selalu memberikan dukungan, doa dan nasehat kepada anak tercintanya.
2. Teman pondok pesantren saya meliputi Al-luqmaniyah, Sunan Pandanaran dan Ulumudin yang telah memberikan saya warna kehidupan.
3. Teman-teman informan yang telah membantu dalam penelitian saya.
4. Teman-teman sosiologi angkatan 2019 terutama kelas A. Khususnya Andi sebagai karib saya, Septian sebagai coach badminton, Dimas sebagai rival main badminton, Anisa sebagai karib saya, Afif dan Anjar sebagai teman duduk saya serta teman-teman lainnya yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu.
5. Kelompok KKN 108 Wareng dan penduduk Wareng yang memberikan dukungan serta kisah didalamnya.
6. Untuk almamater tercinta program studi sosiologi yang isinya orang-orang hebat terimakasih telah memberikan dedikasinya kepada saya sebagai mahasiswa program studi Sosiologi.
7. Teman-teman *part-time* Sahabat Perpustakaan menemani hari-hari sepi.
8. Teman-teman lain yang telah memberikan motivasi, tempat bercerita dan dukungan material saya ucapkan sangat sangat terimakasih.

MOTO

“Hanya dengan pengendalian diri yang baik menuntun ke arah yang diinginkan”

“Manusia hanya bisa berusaha, hanya tuhan yang memutuskan”



KATA PENGANTAR

Segala puji kehadiran Allah SWT tuhan semesta alam dengan pertolongan atas urusan dunia dan agama. Sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik. Serta sholawat beserta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW. Juga kepada keluarga, sahabat-sahabatnya yang kita nantikan syafaat nya kelak di *yaumul akhir*.

Penyusunan skripsi yang berjudul “Artikulasi Dan Ekspresi Konsumsi *Thrifting* Pada Mahasiswa FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”. Dalam proses menyusun skripsi ini penulis menyadari bahwa penyusunan tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan support selama proses studi. Diantaranya kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ketua dan Sekretaris Program Studi Sosiologi UIN Sunan kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak B.J Sujibto, S.Sos., M.A selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, motivasi, materi keilmuan, masukan selama penyusunan skripsi saya ucapkan banyak-banyak terimakasih.
4. Ibu Dr Sulistyaningsih S.Sos., M.Si selaku dosen penasehat akademik yang telah memberikan semangat, arahan dan masukan.

5. Pihak LPPM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dana untuk melaksanakan penelitian ini.
6. Ibu Dr. Muryanti, MA selaku Ketua Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora beserta semua dosen dan staff yang telah memberikan bantuan dan fasilitas sejak awal penyusunan proposal hingga akhir.
7. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan yang telah membantu penyelesaian skripsi ini

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembacanya.

Yogyakarta, 14 Agustus 2023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Ahmad Sunny Mubarak
19107020031

ABSTRAK

Tren konsumsi pakaian bekas dalam bahasa kekiniannya adalah *Thrift* yang diminati oleh anak muda pada umumnya dan mahasiswa pada khususnya. Ketika mahasiswa mengkonsumsi *thrift* terdapat artikulasi konsumsi. Artikulasi konsumsi merupakan proses makna yang dimunculkan dalam kegiatan konsumsi. Oleh karena itu, konsumsi *thrift* pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan humaniora (FISHUM) memiliki artikulasi yang berbeda di antara mahasiswa lainnya. Dalam penelitian ini berusaha untuk mendalami artikulasi dan mencari bentuk-bentuk ekspresi konsumsi *thrift* pada mahasiswa FISHUM. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam artikulasi konsumsi mahasiswa dan mengetahui bentuk ekspresi konsumsi *thrift* mahasiswa.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan. Dalam melakukan penelitian pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi di Fakultas Ilmu sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Selanjutnya teknik analisis yang digunakan adalah analisis data kualitatif yang meliputi reduksi data, triangulasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan untuk menganalisis data adalah teori gaya hidup (*Lifestyle*) oleh David Chaney.

Hasil penelitian ini adalah: Pertama, fenomena artikulasi konsumsi *thrift* mahasiswa FISHUM merupakan proses makna atau identitas dimunculkan bersamaan dengan konsumsi *thrift*. Identitas itu seperti teridentifikasi ke dalam kelompok supporter, konsumsi barang bermerek, Modis dan pengikut trend. Kedua, proses artikulasi tersebut di dukung dengan cara mengekspresikan terhadap konsumsi *thrift* seperti, memposting di media sosial, sebagai pakaian informal Serta ekspresi diri mahasiswa. Ketiga, dalam teori gaya hidup praktik konsumsi *thrift* tersebut merupakan gaya hidup *fashion* mahasiswa. yang mana gaya hidup *fashion* mahasiswa merupakan bentuk citra dari kebudayaan yang ada di luar dirinya atau terafiliasi dalam kelompok tertentu.

Kata kunci: artikulasi konsumsi, *thrift*, gaya hidup.

The trend of consuming secondhand clothing, known as "thrift," is popular among young people in general and specifically among college students. When college students engage in thrift consumption, there is a phenomenon called consumption articulation. Consumption articulation is the process of meaning that emerges within consumption activities. Therefore, thrift consumption among students in the Faculty of Social Sciences and Humanities (FISHUM) entails different forms of consumption articulation compared to other students. This research aims to delve into these articulations and identify expressions of thrift consumption among FISHUM students. Thus, the purpose of this study is to gain a deeper understanding of student consumption articulation and to identify the forms of expression in thrift consumption among students.

The research method employed in this study is descriptive qualitative research with a field study approach. Data collection involves observation, interviews, and documentation within the Faculty of Social Sciences and Humanities at UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. The data analysis technique used encompasses qualitative data reduction, data triangulation, data presentation, and drawing conclusions. The theoretical framework utilized for data analysis is the Lifestyle theory by David Chaney.

The results of this study are as follows: Firstly, the phenomenon of thrift consumption articulation among FISHUM students is a process through which meaning or identity is concurrently constructed alongside thrift consumption. This identity is manifested in groups like supporters, consumers of branded goods, those who emphasize fashion, and trend followers. Secondly, this articulation process is supported by expressions related to thrift consumption, such as posting on social media, considering thrifted clothing as informal wear, and as a form of self-expression among students. Thirdly, within the Lifestyle theory, the practice of thrift consumption constitutes a fashion lifestyle for students. This fashion lifestyle reflects a cultural image beyond oneself or affiliating with certain groups.

Keywords: consumption articulation, thrift, lifestyle.



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	II
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	III
NOTA DINAS PEMBIMBING	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN	V
MOTO	VI
KATA PENGANTAR	VII
ABSTRAK	IX
DAFTAR ISI	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	8
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Landasan Teori	12
1. Teori Gaya Hidup (Lifestyle).....	12
2. Gaya Hidup Sebagai Konsumsi.....	14
3. Konsep Artikulasi.....	17
4. Ekspresi	19
G. Metode Penelitian	19
1. Jenis Penelitian	19
2. Lokasi Penelitian	20
3. Teknik Pengambilan Data	20
4. Sumber data.....	21
5. Teknik Pengumpulan Data	22
H. Analisis Data	23
I. Sistematika Pembahasan.....	25

BAB II FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA UIN SUNAN KALIJAGA.....	26
A. Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (FISHUM)	26
B. Visi, Misi dan Tujuan.....	28
1. Visi	28
2. Misi.....	28
3. Tujuan.....	29
C. Struktur Organisasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.	30
D. Kondisi Sosial Mahasiswa FISHUM.	30
BAB III ARTIKULASI DAN BENTUK EKSPRESI MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA DALAM MENKONSUMSI <i>THRIFT</i>.....	35
A. Artikulasi Konsumsi <i>Thrift</i> Mahasiswa	35
1. Identitas Diri Mahasiswa FISHUM Terhadap Pakaian Thrift	35
2. Konsumsi Thrift Terhadap Mahasiswa FISHUM	38
3. Representasi Identitas Kolektif	50
B. Bentuk ekspresi Konsumsi <i>Thrift</i> Mahasiswa.....	52
1. Sebagai Pakaian Informal.....	52
2 Posting di Media Sosial.....	53
3. <i>Personal Branding</i> dan Ekspresi Kepribadian Mahasiswa	55
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	56
A. Praktik Gaya Hidup <i>Fashion Thrift</i> Mahasiswa FISHUM	56
B. Gaya Hidup Sebagai Konsumsi dan Ekspresi Konsumsi <i>Thrift</i>	61
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68
Daftar Pustaka.....	69
Biodata Diri	72

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era konsumsi dimulai ketika para pelaku bisnis atau kapitalis terus menaikkan kapasitas produksi diiringi dengan pembentukan etika baru yaitu konsumerisme untuk mencegah terjadinya kesia-siaan dalam produksi.¹ Konsumerisme adalah suatu pandangan bahwa konsumsi lebih banyak produk jasa maupun barang merupakan hal yang positif.² Konsumsi merupakan aktivitas menggunakan sesuatu.³ Sebelum zaman sekarang, aktivitas konsumsi merupakan aktivitas yang memiliki motivasi untuk bertahan hidup. Singkatnya, sebagai kebutuhan pokok. Namun kebutuhan pokok ini seiring dengan berkembangnya zaman kebutuhan menjadi meningkat. Sebagaimana terbaginya kebutuhan menjadi tiga kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan pokok seperti makanan, tempat tinggal dan pakaian. Kemudian kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan yang lazimnya terlaksana setelah kebutuhan primer sudah terpenuhi, seperti bentuk kebutuhan pendukung kendaraan, gawai dan jam tangan. Terakhir kebutuhan tersier atau kebutuhan istimewa, istimewa yang dimaksudkan disini adalah kebutuhan yang bertujuan untuk menaikkan status sosial. Sehingga dikaitkan dengan barang-barang istimewa seperti mobil mewah dengan brand ternama.

¹ Yuval Noah Harari, *Sapiens A Brief History Of Humankind* (Jakarta: Pustaka alvabet, 2017).

² Harari.

³ <https://kbbi.web.id/konsumsi>

Aktivitas konsumsi tersebut semakin menjual dirinya sebagai aktivitas candu bagi masyarakat. konsumsi yang dimaksud bukanlah sekedar untuk makan dan berpakaian, tetapi merupakan sebuah sistem moral, sistem komunikasi dan struktur pertukaran yang menjalankan tanda-tanda usaha penyamaan dan penyatuan diri atas kelompok.⁴ Alih-alih pemenuhan kebutuhan ada hal lain yang ingin dicapai yaitu status sosial. Hal tersebut terlihat pada tempat-tempat yang menawarkan simbol sebagai komoditasnya. Seperti restoran dengan rating bintang lima. Dengan begitu, setiap orang yang mengunjungi tempat tersebut, maka akan memperoleh simbol yang diinginkannya. Artinya dalam konsumsi ada proses internalisasi diri lewat objek melalui proses cara mengkonseptualisasikan diri dan realitas melalui objek material.⁵

Konsumsi yang dimaksud disini adalah konsumsi pakaian (*fashion*). *Fashion* merupakan sesuatu yang dipakai untuk mengidentifikasikan dirinya secara khusus yang merujuk pada kelompok sosial tertentu.⁶ Inspirasi atau rujukan mode pakaian tersebut berasal dari media massa seperti media sosial, majalah dan koran. Dari sumber tersebut akan memperoleh beragam trend *fashion* yang sedang digemari oleh masyarakat. Trend tersebut dibawakan oleh public figure, seperti artis, aktor dan lainnya yang memiliki tujuan mencuri perhatian umum dan apa yang dilakukan oleh mereka merupakan sesuatu yang dianggap modis atau menawan.

⁴ M. Chairul BaSuryaun Umanailo, Mansyur Nawawi, and Sukainap Pulhehe, "Konsumsi Menuju Konstruksi Masyarakat Konsumtif," *SIMULACRA: JURNAL SOSIOLOGI* 1, no. 2 (November 25, 2018), <https://doi.org/10.21107/sml.v1i2.4995>.

⁵ Umanailo, Nawawi, and Pulhehe.

⁶ Malcolm Barnard, *Fashion as Communication* (Routledge, 2013), <https://doi.org/10.4324/9781315013084>.

Tentu pemilihan identitas tersebut merujuk pada hal-hal yang telah disepakati oleh kelompok sosial tertentu.

Fast fashion adalah desain, manufaktur dan pemasaran yang metodenya difokuskan kepada percepatan produksi pakaian dengan volume yang besar. *Fast fashion* ini sangat memanfaatkan trend dan produksinya menggunakan dengan bahan kualitas yang rendah dengan tujuan memberikan gaya yang murah kepada konsumen akhir.⁷ Karena sesuai dengan trend yang ada sehingga *fast fashion* tersebut sangat digandrungi oleh para pemuda. Tetapi karena tingginya volume produksi *fast fashion* dan trend yang dinamis. Keberadaan *fast fashion* ini menjadi sebuah masalah bagi kehidupan manusia. Seperti menumpuknya baju bekas, bahan pakaian yang tidak berkualitas (*unsustainable*) dan semakin menambah volume sampah yang ada dimuka bumi.

Solusi untuk menanggulangi masalah limbah dari *fast fashion* dan kebutuhan mahasiswa akan gaya hidup terutama di bidang *fashion* adalah *reuse*, memakai kembali pakaian bekas yang layak pakai. Pakaian bekas kini semakin memiliki tempat bagi konsumen pakaian ditandai dengan adanya perubahan budaya *fashion* di kalangan anak muda yang mulai beralih ke pakaian bekas melalui kegiatan *thrifting*.⁸ Penjual pakaian bekas dalam istilah jawa adalah *awul-awul* banyak ditemukan di wilayah yogyakarta. Dinamakan *awul-awul* karena pakaian bekas menumpuk begitu saja dalam toko. Namun, konsumsi *awul-awul* ini masih

⁷ Audrey Stanton, "What Is Fast Fashion," The Good Trade, accessed June 15, 2023, <https://www.thegoodtrade.com/features/what-is-fast-fashion/?rq=fast fashion>.

⁸ Fitri Astuti Lestari and Ratna Asmarani, "Thrifting Culture during the Covid-19 Pandemic and Its Impact on the Environment," in *E3S Web of Conferences*, vol. 317 (EDP Sciences, 2021), <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131701006>.

kurang diminati masyarakat sehingga bisnis *awul-awul* ini tidak begitu berkembang. Seiring dengan berjalannya waktu istilah *awul-awul* ini berubah menjadi *thrift* dengan arti yang sama.

Kata *Thrift* secara bahasa dalam bahasa Inggris memiliki arti penghematan. Artinya belanja *thrift* dalam arti sebenarnya adalah penghematan belanja. Bentuk penghematan belanja ini seperti membeli pakaian bekas layak pakai atau barang *secondhand*. Sebenarnya penggunaan kata *thrift* yang mengartikan pakaian bekas adalah penggunaan pada masa kini yang merujuk pada barang yang diperoleh dari *thrift shop*. Istilah *thrift* ini mulai populer sejak praktik konsumsi barang bekas melalui e-commerce yaitu Tokopedia dan Shopee.⁹ Bukti pakaian bekas semakin memiliki tempat dalam konsumsi adalah menjamurnya toko pakaian bekas di wilayah Yogyakarta, disebut sebagai *Thrift store*. *Thrift store* merupakan toko yang menyediakan pakaian bekas import dari berbagai brand. Merupakan alternatif bagi mahasiswa untuk belanja barang-barang bagus dan bermerek dengan harga yang terjangkau. Satu sisi harganya yang murah *thrift* juga memiliki banyak pilihan dan brand sehingga menarik mahasiswa untuk membelinya.

Kebutuhan terhadap gaya hidup, seperti kebutuhan untuk *fashionable* tidak bisa terpisahkan dari kehidupan mahasiswa terlebih lagi ketika bertemu dengan mahasiswa yang lain yang memiliki gaya yang *fashionable*. Gaya adalah sesuatu yang dipakai seseorang atau kelompok yang memiliki nilai bersama yang

⁹ Aulia Rahmawati, Ririn P TutiaSuryai, and Syafrida N Febriyanti, "Thrift Shopping and Indonesian Urban Youth Fashion Consumption," *JOMEK Journal* 17 (2022): 119–35, <https://doi.org/10.18573/jomec.i17>.

berfungsi sebagai cara berekspresi, mengungkapkan pesan dan makna untuk menunjukkan identitas dirinya.¹⁰ Gaya hidup adalah ciri modernitas, yang memiliki arti gagasan gaya hidup merupakan gagasan untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain.¹¹ Bisa diartikan, semua tindakan yang dilakukan masyarakat saat ini adalah tindakan untuk memenuhi akan gaya hidupnya.

Daerah istimewa Yogyakarta (DIY) memiliki julukan kota pelajar. Remaja sampai dewasa dari berbagai daerah berdatangan ke DIY untuk menempuh pendidikan yang diinginkan. Banyak universitas yang berdiri di provinsi DIY. Salah satunya adalah UIN Sunan Kalijaga. UIN Sunan Kalijaga memiliki tujuh fakultas. Satu diantaranya adalah Fakultas ilmu sosial dan humaniora disingkat menjadi FISHUM. FISHUM memiliki tiga program studi yaitu sosiologi, ilmu komunikasi dan psikologi. Mahasiswa FISHUM sebagaimana pada umumnya anak muda mengenakan berpakaian yang sedang trend tidak terkecuali pakaian bekas atau *thrift*.

Beragam motif atau faktor yang mendorong mahasiswa untuk melakukan *thrifting* yaitu harga pakaian terjangkau, kualitas pakaian yang baik, bermerek, mode tidak pasaran dan *thrifting* merupakan kegiatan hiburan.¹² Dalam kaitannya dengan kajian budaya konsumsi *fashion*. Konsep artikulasi menurut Barker adalah

¹⁰ Douglas Ritzer, George; J. Goodman, *Teori Sosiologi "Dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perekembangan Mutakhir Teori Sosial Posmodern* (Bantul: Kreasi Wacana, 2014).

¹¹ David Chaney, "Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif," *Jalasutra*, 2018, 276, <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1172395>.

¹² Nevi Ristiani et al., "FENOMENA *THRIFTING* FASHION DI MASA PANDEMI COVID-19: STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG," *Agustus*, vol. 1, n.d., <https://journalsociologie.fisip.unila.ac.id>.

konsep hubungan antara unsur dalam formasi sosial.¹³ Ide tersebut merujuk pada kesatuan sementara antara unsur yang tidak memiliki kebersamaan.¹⁴ Dengan dikontekskan dalam penelitian ini yang mengkaji artikulasi dan ekspresi dalam mengkonsumsi *fashion* yaitu *thrift*. Maka pandangan artikulasi dalam mengkonsumsi *thrift* tidak hanya memiliki satu unsur penyebab misalnya faktor ekonomi. Melainkan konsumsi tersebut memiliki beberapa unsur-unsur yang saling berkaitan seperti unsur identitas, sosial dan lain sebagainya.

Teori *Lifestyle* yang dikemukakan oleh David Chaney mengatakan, manusia pada zaman modern tindakan yang dilakukan adalah tindakan untuk memenuhi gaya hidup. Hal ini berbeda dengan istilah budaya yang mencakup seluruh aktivitas sosial, sedangkan gaya hidup ini adalah aktivitas dalam situasi, posisi dan lingkungan sosial tertentu.¹⁵ Mahasiswa dalam aktivitas konsumsi pakaian bekas merupakan salah satu bentuk gaya hidup yang dimiliki mahasiswa dengan alasan mahasiswa merupakan salah satu bagian dari kelompok konsumsi. Konsumsi yang dimaksudkan dalam teori *lifestyle* adalah keseluruhan aktivitas sosial yang dipakai untuk mencirikan dan mengenali mereka.¹⁶ Dengan demikian dengan mahasiswa melakukan konsumsi pakaian *thrift* adalah usaha untuk mencirikan dirinya sebagai individu atau individu masuk dalam kelompok yang eksis. Alasan yang mendasari bahwa teori ini cocok sebagai alat analisis dalam fenomena *thrifting* adalah istilah gaya hidup merupakan istilah yang digunakan sebagai identifikasi aktivitas

¹³ Chris Barker, *Cultural Studies Theory Dan Practice* (London: SAGE Publication, 2000).

¹⁴ Barker.

¹⁵ Barker.

¹⁶ Barker.

konsumsi mahasiswa, dalam hal ini gaya hidup *fashion* yaitu membeli pakaian bekas. Dengan asumsi mahasiswa adalah kelompok konsumsi pakaian bekas

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian ini berfokus pada rumusan masalah yaitu bagaimana artikulasi dan ekspresi konsumsi *thrifting* di kalangan mahasiswa FISHUM UIN Sunan Kalijaga.?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah yang telah disebutkan. Maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Untuk mendalami artikulasi terhadap konsumen *thrifting* pada mahasiswa FISHUM UIN Sunan Kalijaga.
2. Untuk mengetahui bentuk-bentuk ekspresi mahasiswa dalam mengkonsumsi pakaian bekas.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan teori, penelitian dan penerapan analisis dalam keilmuan sosiologi pada kasus-kasus aktual. khususnya pada Sosiologi kebudayaan yang berkaitan dengan pop culture dan gaya hidup terutama dalam budaya konsumsi *thrift*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman kepada pembaca tentang aktivitas manusia yang saat ini yaitu fenomena konsumsi *fashion* yang berkaitan langsung dengan gaya hidup.

E. Tinjauan Pustaka

Beberapa penelitian yang ditemukan dalam google scholar dengan rentang tujuh tahun terakhir terkait isu fenomena *thrifting*. Hal ini dilakukan sebagai upaya peneliti untuk menempatkan posisi penelitiannya dengan para peneliti terdahulu. Hasil penelitian terdahulu dipaparkan sebagaimana berikut.

Penelitian yang dilakukan oleh Ghilmansyah dkk. Meneliti tentang motif milenial Bogor dalam melakukan dan memaknai *thrifting*. Dengan alat analisis Teori Fenomenologi Alfred Schutz Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut adalah kalangan milenial Bogor memaknai *thrifting* sebagai suatu proses belanja barang bekas yang telah menjadi passion atau gaya hidup trend mode *fashion*.¹⁷

Ristiani dkk. Meneliti tentang fenomena *thrifting fashion* di masa Pandemi Covid 19 pada mahasiswa. Dengan alat analisis teori konsumerisme dari Jean Baudrillard. Menggunakan metode penelitian

¹⁷ Rifky Ghilmansyah et al., "FENOMENA *THRIFTING* SEBAGAI GAYA HIDUP MILENIAL BOGOR," vol. 8, 2022.

kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan lima motif mahasiswa dalam melakukan *thrifting* yaitu: harga yang terjangkau, kualitas yang baik dan pakaian bermerek, mode tidak pasaran, hiburan (kegiatan yang menyenangkan) dan misi menjaga lingkungan.¹⁸

Lestari dkk. Meneliti perubahan budaya *fashion* anak muda dan motivasi anak muda dalam melakukan *thrifting*. Dengan alat analisis teori budaya. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan budaya terkait *fashion* di kalangan anak muda, yang ditunjukkan melalui kegiatan *thrifting*. Motivasi hemat didorong oleh keinginan untuk hemat, tampil unik, dan berbeda, serta peduli terhadap lingkungan. Berhemat di kalangan anak muda bukan hanya kegiatan berpakaian tetapi juga keinginan untuk mengambil bagian dalam menyelamatkan bumi dan mengurangi sampah. Dalam penelitian tersebut menyarankan untuk melakukan observasi dan wawancara dengan komunitas yang menyukai barang bekas dan toko barang bekas di media sosial dan *marketplace*.¹⁹

Hayati dan Susilawati meneliti faktor-faktor penyebab mahasiswa melakukan *thrifting* sebagai presentasi diri. Dengan alat analisis teori fenomenologi Alfred Schutz. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut menghasilkan faktor penyebab mahasiswa

¹⁸ Ristiani et al., "FENOMENA *THRIFTING* FASHION DI MASA PANDEMI COVID-19: STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG."

¹⁹ Lestari and Asmarani, "*Thrifting* Culture during the Covid-19 Pandemic and Its Impact on the Environment."

melakukan *thrift* sebagai presentasi diri yaitu :1) Representasi stylish dengan menggunakan barang bermerek. 2) Kebutuhan *fashion* dengan harga terjangkau. 3) Mendapatkan tampilan berbeda dari lingkungan. 4) Mengikuti trend agar tidak ketinggalan jaman.²⁰

Rahmawati dkk. Meneliti tentang motivasi dan budaya *thrift* di kalangan pemuda Indonesia. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian survei dan FGD (*Focus Discussion Group*). Hasil penelitian menunjukkan budaya *thrift* merupakan praktik hemat memiliki banyak lapisan makna, mulai dari hemat sebagai cara hidup dan strategi menghadapi tantangan ekonomi, hingga sarana untuk mengekspresikan persoalan identitas dan individualitas, kepemilikan.²¹

Dwiyantoro, A. Meneliti tentang faktor-faktor penyebab, makna dan gaya hidup dalam penggunaan pakaian bekas. Dengan alat analisis fenomenologi Alfred Schutz. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut menghasilkan mahasiswa UNESA memaknai penggunaan pakaian bekas adalah sebagai gaya hidup dari trend *fashion*. Mereka memilih pakaian bekas karena harganya terjangkau, brand ternama,

²⁰ Mishbahul Hayati and Nora Susilawati, "Thrift Sebagai Presentasi Diri Mahasiswa Di Pasar Putih Bukittinggi Mishbahul," *Jurnal Perspektif* 4, no. 3 (September 30, 2021): 359, <https://doi.org/10.24036/perspektif.v4i3.460>.

²¹ Rahmawati, TutiaSuryai, and Febriyanti, "Thrift Shopping and Indonesian Urban Youth Fashion Consumption."

unik, edisi terbatas, bahan berkualitas, menambah koleksi pakaian dan terlihat *fashionable*.²²

Suarningsih dkk. Meneliti tentang bagaimana *thrift* shopping sebagai alternatif konsumsi yang rasional bagi *fashion* mahasiswi. Teori yang digunakan untuk analisis fenomena ini adalah teori Pilihan Rasional oleh James S. Coleman serta teori Habitus oleh Pierre Felix Bourdieu dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menyatakan, alternatif konsumsi *fashion* hemat menurut mahasiswa Fakultas Sosial Politik ini Ilmu Universitas Udayana sebagai informan merupakan tindakan yang paling rasional dilakukan. Hal ini masuk sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Menggunakan modal sedikit tapi maksimal. Keberhasilan tindakan merupakan bentuk rasionalitas tindakan bagi informan.²³

Karimah, N. U meneliti tentang motivasi dan status yang mendorong untuk menggunakan *thrift*. Menggunakan alat analisis teori pilihan rasional dan konsep motivasi dengan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa tertarik dengan pakaian bekas harga murah dan kualitas bagus. Pada sisi lain juga bisa menghemat pengeluaran biaya dan pakaian bekas merupakan alternatif lain bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan sandang. Rasionalitas yang dapat dilihat dan dilakukan oleh

²² Sugeng Dwiyanoro, arik. Harianto, "Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Pengguna Pakaian Bekas," *Paradiigma* 02, no. 03 (2014).

²³ Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial et al., "*THRIFT SHOPPING SEBAGAI ALTERNATIF KONSUMSI FASHION*," n.d.

pembeli adalah berdasarkan merk, harga murah dan juga kualitas yang diberikan oleh pakaian bekas sehingga pembeli melakukan pembelian secara terus-menerus untuk memenuhi keinginan pembeli yang mencari merk dan berburu harga murah dengan kualitas yang baik.²⁴

Saputro, R. L. Meneliti tentang gaya hidup *fashion* mahasiswa yang dipengaruhi oleh teknologi Informasi dan komunikasi. Menggunakan alat analisis teori gaya hidup David Chaney, dengan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan *thrifting* merupakan salah satu dampak dari modernisasi adalah perubahan terhadap kebudayaan.²⁵

Setelah melihat dan mereview penelitian terdahulu dapat disimpulkan, secara garis besar membahas tentang motivasi dan rasionalitas dalam menggunakan pakaian *thrift* sebagai gaya hidup. Sedangkan pada penelitian membahas lebih dalam bagaimana artikulasi dan ekspresi dari konsumsi *thrift*.

F. Landasan Teori

1. Teori Gaya Hidup (Lifestyle)

Pembahasan pertama mengenai teori gaya hidup atau *Lifestyle* Teori ini dibawakan oleh David Chaney merupakan seorang profesor Sosiologi di

²⁴ Syafrizal Syafrizal and Nisa Ul Karimah, "Motivasi Masyarakat Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Senapelan Pekanbaru," *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau* 1, no. 1 (2014).

²⁵ R. L Saputro, "Thrift Store Surabaya Stude Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Bduaya Populer Di Surabaya," *AntroUnairdotNet* 7, no. 3 (2018): 335–49.

Universitas Durham dalam teori ini secara garis besar mencoba untuk meluruskan atau membahas mengoreksi istilah dari *Lifestyle* itu sendiri yang mana sering disalahgunakan istilahnya oleh para pemikir peneliti dan akademisi Oleh karena itu David Chaney dalam Bukunya "*Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*" mencoba untuk melakukan hal yang telah disebutkan.

Untuk mengawali pembahasan teori gaya hidup. Menjadi hal penting untuk mendefinisikan istilah gaya hidup. Secara umum gaya hidup merupakan ciri dunia modernitas, artinya siapapun yang menggunakan gagasan gaya hidup berarti menggambarkan tindakannya sendiri maupun tindakan orang lain.²⁶ Gaya hidup berbeda dengan budaya yang mana gaya hidup sebagai istilah yang sering disalahgunakan. Singkatnya budaya membicarakan aktivitas sosial menyeluruh, sedangkan gaya hidup aktivitas yang memiliki konteks tertentu.²⁷ Menurut Kotler dan Amstrong gaya hidup merupakan perilaku aktivitas, opini dan minat individu yang berkaitan dengan citra dirinya guna merefleksikan status sosialnya.²⁸ Refleksi status sosial yang digunakan dalam gaya hidup merupakan inti dari kegunaan gaya hidup. Chaney mengatakan bahwa penggunaan istilah gaya hidup dalam kehidupan manusia merujuk pada aktivitas mengenali dan menjelaskan adanya identitas yang kompleks dan afiliasi yang lebih luas.²⁹ Dengan

²⁶ Chaney, "Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif ."

²⁷ Chaney.

²⁸ Gery Amstrong and Phillip Khotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 1st ed. (Jakarta: Erlangga, 2002).

²⁹ Chaney, "Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif ."

demikian dalam satu individu dalam satu kelompok sosial kemungkinan besar mengikuti identitas suatu kelompok sebagai usaha masuk dalam kelompok. Membicarakan gaya hidup, terdapat aspek-aspek dimana aktivitas yang dilakukan adalah aktivitas yang mencirikan gaya hidup. Salah satu aspek yang berkaitan dengan gaya hidup adalah aktivitas konsumsi.

2. Gaya Hidup Sebagai Konsumsi

Pada bagian budaya konsumsi Chaney mencoba menjelaskan bagaimana gaya hidup ini dikaitkan pada organisasi sosial konsumsi. Seperti yang dijelaskan sebelumnya gaya hidup merupakan kategori-kategori anggota. Gaya hidup dalam hal konsumsi berkaitan langsung dengan cara konsumsi yang merujuk pada kelompok sosial yang dituju. Maka dari itu Chaney mengaitkan gaya hidup dengan organisasi sosial konsumsi dengan beralasan status dihargai melalui keanggotaan kelompok, kelompok tersebut lebih kepada aktivitas memanfaatkan hak istimewa dan sumber daya yang dinikmati.³⁰

Konsumsi yang dimaksud oleh Chaney adalah keseluruhan aktivitas sosial yang dilakukan sehingga bisa dipakai untuk mencirikan dan mengenali mereka.³¹ Definisi konsumsi ini mungkin membingungkan dikarenakan sulit untuk perbedaan nyata antara aktivitas pekerjaan dan bukan yang pekerjaan maksudnya adalah konsumsi yang dilakukan oleh

³⁰ Chaney.

³¹ Chaney.

semua orang itu tidak terbatas pada profesi yang dimiliki mereka hal ini memperlihatkan pergeseran makna status produktif yang dimiliki seseorang yang mana pembelian suatu produk begitu sering dikaitkan pada bagaimana seseorang diorganisasikan sesuai dengan nilai-nilai gaya sesuai dengan profesinya. Sebagai contoh orang yang orang yang bekerja sebagai buruh pabrik gaya hidupnya mungkin akan sama dengan orang yang pengangguran oleh karena itu konsumsi ini menjangkau lebih luas dibandingkan struktur sosial produksi maksudnya tidak hanya para pekerja saja yang memiliki suatu gaya hidup tetapi orang tua, pengangguran dan orang-orang yang tidak diharapkan menjadi produsen ekonomi itu juga memiliki sebuah gaya hidup yang mungkin sama.³²

Konsumsi yang dilakukan oleh kalangan pekerja maupun yang bukan pekerja didasari pada komersialisasi waktu luang yang mana ke waktu luang ini sebagai ekspektasi baru untuk pengendalian dan penggunaan waktu dengan cara-cara yang bermakna secara pribadi.³³ Dengan demikian antara budaya konsumsi dan ekonomi waktu luang berkaitan erat dengan afiliasi sosial dari gaya hidup.

Konsumsi menurut Bocock (dalam Chaney) adalah proses perubahan yang dikonstruksi secara sosial.³⁴ Konstruksi sosial yang menyebabkan konsumsi terus berkembang. Perbandingannya konsumsi

³² Chaney.

³³ Chaney.

³⁴ Chaney.

dalam hal pakaian bekas adalah pakaian bekas yang dulunya masih dianggap merupakan kebutuhan terdesak atau penghematan bagi kalangan bawah. Hal ini berbeda lagi dengan mencari pakaian bekas yang memiliki nilai tersendiri seperti pernah dipakai artis. Tetapi sekarang tren konsumsi pakaian bekas semakin positif.³⁵ Hemat kata, mengkonsumsi pakaian sudah dianggap gaul.

Kemudian yang menjadi pertanyaan adalah kenapa yang dulunya gaya tertentu itu hanya untuk kalangan elit berubah ke atau kalangan menengah ke bawah itu mengadopsi gaya gaya dari elit tersebut hal ini dikarenakan keuntungan yang lebih besar yang didapatkan oleh kepala pebisnis yang mana ketika mereka telah komersialisasikan kalangan elit ke kalangan lainnya. MCKendrick menerangkan bahwasanya adanya pameran kemudian pembangunan tempat-tempat penjualan baru merupakan manipulasi persaingan sosial membuat manusia berburu kemewahan padahal mereka atau kalangan bawah itu sebelumnya telah telah mendapatkan kepantasan dan pantas padahal mereka sebelumnya telah membeli kebutuhan.³⁶ Artinya, membuat kalangan lain pantas akan gaya yang ditawarkan yang dulunya adalah punya kalangan elit dikomersialkan sebagaimana mungkin yang membuat kalangan lain pantas untuk

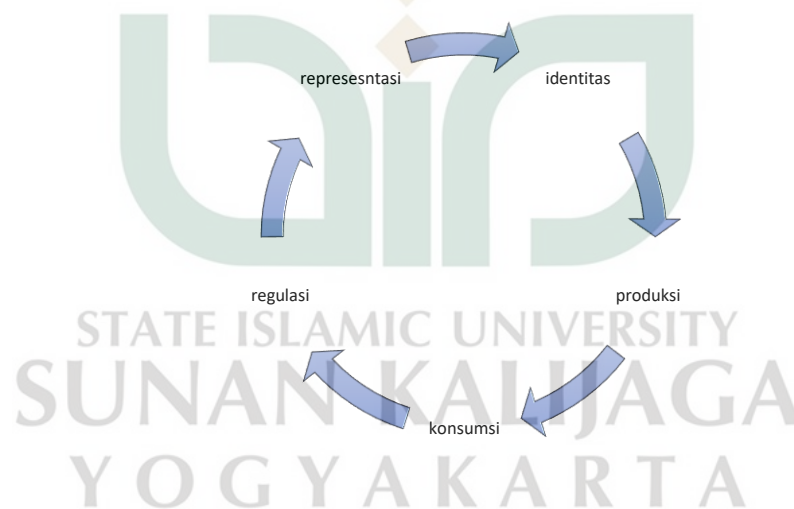
³⁵ CNN Indonesia, "Jalan Panjang *Thrifthing* Dari Berhemat Hingga Dianggap Keren," 2022, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20221003130107-277-855671/jalan-panjang-thrifthing-dari-berhemat-hingga-dianggap-keren>.

³⁶ Chaney, "Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif ."

memakainya. Gagasan pemasaran massa merupakan cara yang lebih tepat mengapa mereka mengadopsi gaya hidup elit.

3. Konsep Artikulasi

Artikulasi menurut Stuart Hall merupakan kumpulan identitas yang diproduksi, dikonsumsi dan diatur dalam budaya kemudian menciptakan kumpulan makna yang menjadi satu melalui sistem simbolis tentang posisi identitas yang mungkin diadopsi³⁷. Jika dilihat secara sederhana artikulasi merupakan identitas yang dibentuk dan berasal dari sebuah sirkuit budaya. sirkuit budaya ini meliputi representasi, identitas, produksi, konsumsi dan regulasi. Bisa digambarkan sebagai berikut³⁸.



(sutrisno, Mudji 2007:16)

³⁷ Mudji. dkk Sutrisno, *Cultural Studies: Tantangan Bagi Teori-Teori Besar Kebudayaan* (Depok: Kukusan, n.d.).

³⁸ Sutrisno.

Telah dijelaskan artikulasi merupakan proses sebuah identitas atau makna. Sebagaimana yang diartikan oleh Hall artikulasi memiliki dua arti yaitu mengekspresikan dan berpartisipasi.³⁹ Stuart Hall berpendapat bahwa sebuah praktik budaya tidaklah dimunculkan bersamaan makna, tidak memiliki jaminan dalam tujuan-tujuan produksi dan makna selalu merupakan proses dari sebuah artikulasi (proses produksi yang aktif).⁴⁰ Sebuah makna tergantung pada artikulasinya. Hal ini menandakan bahwa sebuah makna diekspresikan dalam konteks yang spesifik. Hal ini sependapat dengan Valentin Volosinov (1973) merupakan teoritis Rusia yang berpendapat makna senantiasa ditentukan oleh konteks artikulasi. Oleh karena itu sebuah peristiwa, teks atau praktik tidak serta merta memiliki makna yang keluar dengan sendirinya, melainkan tempat dimana artikulasi makna yang beragam bisa berlangsung.⁴¹ Chris Barker mengutarakan pendapatnya yang memiliki makna yang sama. Bahwa artikulasi merupakan pengekspresian dan penempatan bersama.⁴² Arti dalam penempatan bersama disini adalah suatu budaya memiliki keterkaitan dengan makna yang lain.

³⁹ Jhon Storey, *Pengantar Komperhensif Teori Dan Metode Cultural Studies Dan Kajian Budaya Pop* (Yogyakarta: Jalasutra, 2010).

⁴⁰ Storey.

⁴¹ Storey.

⁴² Barker, *Cultural Studies Theory Dan Practice*.

4. Ekspresi

Menurut Erving Goffman ekspresi adalah upaya individu untuk mengelola citra publik mereka melalui tindakan dalam interaksi sehari-hari.⁴³ Kemudian George Herbert Mead ekspresi melibatkan penggunaan simbol-simbol untuk berkomunikasi dengan orang lain dan membentuk persepsi diri serta identitas sosial.⁴⁴ Pierre Bourdieu Ia memandang ekspresi sebagai bagian dari proses reproduksi sosial, di mana individu menginternalisasi norma-norma budaya dan mengungkapkannya melalui praktik-praktik sosial.⁴⁵

Berdasar pandangan-pandangan yang telah disebutkan memiliki inti dimana ekspresi dalam penelitian ini adalah praktik-praktik sosial yang didalamnya memiliki penggunaan simbol-simbol untuk menghasilkan persepsi diri dan identitas sosial.

G. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian pendekatan kualitatif deskriptif.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian berusaha untuk

⁴³ Ritzer, George; J.Goodman, *Teori Sosiologi "Dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Posmodern.*

⁴⁴ Ritzer, George; J.Goodman.

⁴⁵ Ritzer, George; J.Goodman.

mendesripsikan pembentukan citra positif konsumsi pakaian bekas pada mahasiswa. Metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan fenomena dan menyajikan data dengan cara menuliskannya dengan teks.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di UIN Sunan Kalijaga, fakultas Ilmu sosial dan Humaniora. Peneliti memilih lokasi ini dikarenakan kemudahan data yang dicari dan beragamnya identitas mahasiswa dalam melakukan konsumsi thrift.

3. Teknik Pengambilan Data

Jenis teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik snowball samplings atau teknik data berjenjang. Teknik snowball sampling adalah metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaring atau rantai hubungan yang menerus.⁴⁶ Teknik ini digunakan dengan tujuan agar langsung kepada target informasi yang diinginkan yang menurut peneliti tepat dan sesuai harapan peneliti. Sampel dalam suatu populasi yang besar sangat sulit ditemukan jika tidak ditemukan informan kunci. Oleh karena itu peneliti

⁴⁶ W Lawrance Neuman, *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif* (jakarta: index, 2018).

menggunakan snowball sampling. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah berdasar objek dan subjek yang diteliti.

a) Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah Sumber informasi yang diteliti adalah mahasiswa FISHUM UIN Sunan kalijaga

Berikut ini adalah kriteria untuk Mahasiswa:

1. Mahasiswa fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga dengan komposisi tiga program studi yaitu sosiologi, psikologi lintas angkatan. Masing-masing program studi di ambil 2 informan.
2. Mahasiswa fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Sebagai konsumen pakaian *thrift*.
3. Konsumsi *thrift* dalam 3 bulan terakhir.

b) Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah artikulasi dan ekspresi mengkonsumsi pakaian bekas, pada mahasiswa FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Sumber data

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung sewaktu melakukan proses pengumpulan data. Data tersebut bisa berupa rekaman suara, gambar, foto, dan catatan lapangan.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung. Artinya, peneliti mendapatkan data penelitian bersumber dari peneliti lain, publikasi jurnal dan partisipan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Peneliti melakukan observasi dengan langsung mendatangi universitas, mengamati situasi dan membuat catatan lapangan. Observasi adalah menyeleksi dan merekam perilaku-perilaku masyarakat di lingkungannya.⁴⁷ Observasi dilaksanakan di Fakultas ilmu Sosial dan Humaniora, event thrift dan toko *thrift*. Dalam mengobservasi peneliti melihat bagaimana fenomena konsumsi thrift pada mahasiswa FISHUM. Kemudian, peneliti mengobservasi tempat-tempat yang berkaitan dengan konsumsi thrift yaitu toko, event thrift dan melakukan observasi pada kelompok-kelompok konsumsi thrift. Pada kali ini peneliti mengobservasi kelompok supporter sepak bola BCS (*brigata curva squad*)

2. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi langsung dengan responden dengan harapan data sesuai masalah

⁴⁷ Sari Wahyuni, *Qualitative Research Method: Theory and Practice*, 3rd ed. (Jakarta: Salmeba Empat, 2019).

yang diteliti. Wawancara merupakan aktivitas bertanya dan mendapatkan jawaban dari sebuah studi.⁴⁸ Teknik wawancara menganut pada pedoman wawancara yang telah disusun. Wawancara dilakukan terhadap mahasiswa FISHUM UIN Sunan Kalijaga.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan mengumpulkan, melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang telah dibuat oleh subjek atau oleh orang lain tentang subjek penelitian.⁴⁹ dokumen tersebut bisa berupa foto, laporan, jurnal ilmiah, media sosial dan alat atau benda lainnya yang diperlukan utk memperoleh data yang relevan.

H. Analisis Data

Penelitian dengan metode pendekatan kualitatif ini analisisnya berfokus kepada induktif dan diperlukan juga secara deduktif untuk merampungkan kesimpulan dan mendukung kesimpulan dari analisis induktif.

1. Reduksi data

Merupakan kegiatan menganalisis, penyandian, konseptualisasi, membuang data yang tidak diperlukan dan

⁴⁸ Wahyuni.

⁴⁹ Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010).

mengorganisasi data demi mencapai simpulan dan dapat diverifikasi.

2. Trianggulasi

Trianggulasi adalah penggunaan dua atau lebih sumber untuk mendapatkan gambaran fenomena yang diteliti.⁵⁰ Jenis trianggulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Trianggulasi data. Menurut Danzen Trianggulasi data adalah penggunaan lebih dari satu metode pengumpulan data dalam satu penelitian.⁵¹ Fungsi dari trianggulasi data adalah untuk memeriksa keabsahan dan validitas data antar metode pengumpulan data.

3. Penyajian data

Menyajikan data yaitu mengumpulkan informasi yang tersusun, yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan dengan penyajian data ini maka akan dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.

4. Penarikan kesimpulan

Merupakan kegiatan mengecek kembali kesimpulan yang telah dibuat berdasarkan data-data yang telah didapatkan. Kegiatan

⁵⁰ Herdiansyah.

⁵¹ Herdiansyah.

ini bertujuan untuk mencegah terjadinya kesalahan dalam penarikan kesimpulan

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penyusunan skripsi terdapat tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian awal mencakup halaman judul, halaman surat pernyataan, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran. Bagian tengah berisi penjelasan penelitian mulai bagian pendahuluan sampai penutup. Dalam skripsi penulis menuliskan hasil penelitian kedalam empat bab, pada tiap bab terdapat sub bab yang menjelaskan pokok bahasan yang bersangkutan.

Bab I Pendahuluan yaitu gambaran umum penulisan skripsi yang mencakup latar belakang masalah dan terkait dengannya.

Bab II berisi tentang gambaran umum dari Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Bab III berisi data-data artikulasi dan ekspresi konsumsi mahasiswa fakultas ilmu sosial dan humaniora

Bab IV pembahasan hasil penelitian yang menggunakan teori lifestyle sebagai alat analisis

Bab V kesimpulan dan Saran

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini telah mendeskripsikan fenomena artikulasi dan ekspresi dalam konsumsi *thrift* studi terhadap pengalaman mahasiswa Fakultas Ilmu sosial dan Humaniora (FISHUM). Dengan menggunakan teori gaya hidup yang di bawa oleh David Chaney sebagai alat analisis fenomena tersebut. dengan maksud untuk melihat bagaimana proses hubungan antara konsumsi *thrift* dengan identitas yang mahasiswa inginkan. Setelah proses penyajian data dan menganalisis data dapat disimpulkan secara garis besar penelitian ini menemukan.

- 1) Fenomena konsumsi *thrift* pada mahasiswa FISHUM merupakan proses artikulasi identitas dimunculkan bersamaan dengan konsumsi *thrift*. Berupa identitas diri yaitu fashionable dan modis kemudian mengarah pada identitas kolektif berupa kelompok pertemanan, supporter, trend dan kelas sosial yang lebih tinggi.
- 2) Bentuk ekspresi mahasiswa FISHUM dalam mengkonsumsi *thrift* berupa: memposting foto dengan memakai pakaian *thrift* di media sosial, sebagai pakaian informal seperti *touring*, pakaian bekerja sebagai pekerja lepas, personal branding dan ekspresi kepribadian mahasiswa.

Proses Konsumsi *thrift* mahasiswa FISHUM merupakan pilihan gaya hidup *fashion*. Gaya hidup *fashion* tersebut memberikan aktivitas konsumsi mahasiswa memiliki konteks cultural yang berada di luar dirinya. Oleh sebab itu setiap masing-masing pengalaman aktivitas konsumsi *thrift* mahasiswa FISHUM terafiliasi ke

dalam kelompok sosial abstrak yang berbeda-beda. Dalam mengkonsumsi *thrift* mahasiswa memiliki alasan-alasan yang mendasari mereka seperti harga gayanya murah, modelnya banyak, tidak pasaran, berkualitas dan solusi untuk membeli pakaian bermerek. Alasan tersebut memberikan keuntungan bagi mahasiswa yang mengkonsumsi *thrift*. Mahasiswa mengkonsumsi *thrift* memiliki pengaruh sosial seperti keluarga yang memiliki hobi nge-thrift, komunitas suporter dan lingkungan pertemanan. Selain itu media sosial memberikan kontribusi terhadap konsumsi *thrift* berupa toko online dan media pemasaran.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti memberikan beberapa saran untuk menindak lanjuti fenomena *thrift* khususnya dengan gaya hidup *fashion* mahasiswa.

1. peneliti diharapkan meneliti lebih lanjut dan mendalam terhadap gaya hidup *fashion* dalam konsumsi *thrift* mahasiswa yang telah terbagi dalam kelompok sosial tertentu seperti kelompok suporter bola Lamongan Ultras
2. Peneliti diharapkan mengalami langsung dalam fenomena *thrifting* yang diteliti agar mendapatkan data yang akurat. Hal ini dikarenakan *thrift* secara kasat mata samar untuk dilihat pada konsumsi individu. Sehingga membutuhkan kejelian dan pengalaman mendalam terhadap fenomena *thrift*.

Daftar Pustaka

- Amstrong, Gery, and Phillip Khotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 1st ed. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Barker, chrish. *Cultural Studies Theory Dan Practice*. London: SAGE Publication, 2000.
- Barnard, Malcolm. *Fashion as Communication*. Routledge, 2013.
<https://doi.org/10.4324/9781315013084>.
- “Bingung Perbedaan Stylish Dan Fashionable Begini Penjelasan Fashion Icon Iris Apfel.” Accessed April 19, 2023.
<https://www.beautynesia.id/fashion/bingung-perbedaan-stylish-dan-fashionable-begini-penjelasan-fashion-icon-iris-apel/b-261824>.
- Chaney, David. “Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif .” *Jalasutra*, 2018, 276. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1172395>.
- Dwiyantoro, arik. Harianto, Sugeng. “Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Penguana Pakaian Bekas.” *Paradiigma* 02, no. 03 (2014).
- Fakultas Ilmu Sosial, Mahasiswi, Ni Kadek Suarningsih, Wahyu Budi Nugroho, and I Gusti Ngurah Agung Krisna Aditya. “THRIFT SHOPPING SEBAGAI ALTERNATIF KONSUMSI FASHION,” n.d.
- Ghilmansyah, Rifky, Siti Nursanti, | Wahyu Utamidewi, Program Studi, Ilmu Komunikasi, Singaperbangsa Karawang, Jl Hs Ronggo Waluyo, et al. “FENOMENA THRIFTING SEBAGAI GAYA HIDUP MILENIAL BOGOR.” Vol. 8, 2022.
- Harari, Yuval Noah. *Sapiens A Brief History Of Humankind*. Jakarta: Pustaka alvabet, 2017.
- Hayati, Mishbahhul, and Nora Susilawati. “<title/>.” *Jurnal Perspektif* 4, no. 3 (September 30, 2021): 359. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v4i3.460>.
- . “Thrifting Sebagai Presentasi Diri Mahasiswa Di Pasar Putih Bukittinggi Mishbahhul.” *Jurnal Perspektif* 4, no. 3 (September 30, 2021): 359. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v4i3.460>.
- Herdiansyah, Haris. *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Ibrahim, Idi Subandi, ed. *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. 1st ed. Yogyakarta: Jalasutra, 1977.
- Indonesia, CNN. “Jalan Panjang Thrifthing Dari Berhemat Hingga Dianggap Keren,” 2022. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20221003130107-277-855671/jalan-panjang-thrifting-dari-berhemat-hingga-dianggap-keren>.
- Lestari, Fitri Astuti, and Ratna Asmarani. “Thrifting Culture during the Covid-19 Pandemic and Its Impact on the Environment.” In *E3S Web of Conferences*,

- Vol. 317. EDP Sciences, 2021.
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131701006>.
- Nadya, Sandra, Tasha Aprillia Varinia, Pura Damaiyanti, Sri Hidayah, Kata Kunci Abstrak, and Gaya Hidup. "Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat," n.d.
- Neuman, W Lawrance. *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Jakarta: index, 2018.
- NUR'AINI, ANIS. "Pemakaian Busana Remaja Muslim Di Tengah Arus Modernisasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta)." Yogyakarta, 2011. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/5689>.
- Rahmawati, Aulia, Ririn P Tutiasri, and Syafrida N Febriyanti. "Thrift Shopping and Indonesian Urban Youth Fashion Consumption." *JOMEC Journal* 17 (2022): 119–35. <https://doi.org/10.18573/jomec.i17>.
- Ristiani, Nevi, Usman Raidar, Damar Wibisono, and Jurusan Sosiologi. "FENOMENA THRIFTING FASHION DI MASA PANDEMI COVID-19: STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG." *Agustus*. Vol. 1, n.d. <https://jurnalsociologie.fisip.unila.ac.id>.
- Ritzer, George; J. Goodman, Douglas. *Teori Sosiologi "Dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Posmodern*. Bantul: Kreasi Wacana, 2014.
- Saputro, R. L. "Thrift Store Surabaya Stude Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Bduaya Populer Di Surabaya." *AntroUnairdotNet* 7, no. 3 (2018): 335–49.
- Stanton, Audrey. "What Is Fast Fashion." The Good Trade. Accessed June 15, 2023. <https://www.thegoodtrade.com/features/what-is-fast-fashion/?rq=fast-fashion>.
- Storey, Jhon. *Pengantar Komperhensif Teori Dan Metode Cultural Studies Dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.
- Sutrisno, Mudji. dkk. *Cultural Studies: Tantangan Bagi Teori-Teori Besar Kebudayaan*. Depok: Kukusan, n.d.
- Syafrizal, Syafrizal, and Nisa Ul Karimah. "Motivasi Masyarakat Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Senapelan Pekanbaru." *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau* 1, no. 1 (2014).
- Umanailo, M. Chairul Basrun, Mansyur Nawawi, and Sukainap Pulhehe. "Konsumsi Menuju Konstruksi Masyarakat Konsumtif." *SIMULACRA: JURNAL SOSIOLOGI* 1, no. 2 (November 25, 2018). <https://doi.org/10.21107/sml.v1i2.4995>.
- Wahyuni, Sari. *Qualitative Research Method: Theory and Practice*. 3rd ed.

Jakarta: Salmeba Empat, 2019.

