

Fenomena *Thrift Shop* Dikalangan Remaja: Studi Fenomenologi tentang *Thrift Shop* di Kalangan Remaja Surabaya

Nella Linggar Adji¹, Dyva Claretta²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

nellalinggar96@gmail.com¹, claretta.dici@gmail.com²

ABSTRACT

This study examines how the phenomenon of shopping for imported used clothes is still suitable for use, which is commonly known as thrift. Many teenagers, especially in Surabaya, are interested in thrifting activities at their favorite thrift shop. This habit gives rise to a new culture commonly known as popular culture, a trend that is currently emerging, favored and created by the community. The purpose of this study was to find out how the understanding, experience, and motivation of the community, especially among Surabaya teenagers regarding the "Thriftshop" phenomenon. The research method used is a qualitative type with a phenomenological approach. This study uses Alfred Schutz's phenomenological theory. From the results of this study it can be concluded that the thrift shop phenomenon has many enthusiasts who come from among teenagers. There are various motivations behind why teenagers are more interested in shopping and using thrift shop clothes. That is to support the style of dress, the goods sold in the thrift shop have relatively cheap prices, besides that, by shopping at the thrift shop, teenagers can get good, unique (limited edition) goods or clothes. branded.

Keywords : *thrift shop, popular culture, phenomenology, youth*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana fenomena berbelanja pakaian bekas impor masih layak pakai yang biasa dikenal sebagai thrift. Banyak remaja, khususnya di Surabaya yang meminati kegiatan thrifting di thrift shop favorit mereka. Kebiasaan tersebut memunculkan budaya baru yang biasa disebut dengan budaya populer, tren yang sedang marak, digemari dan diciptakan oleh masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemahaman, pengalaman, serta motivasi masyarakat khususnya pada kalangan remaja Surabaya mengenai fenomena "Thriftshop". Metode penelitian yang digunakan adalah jenis kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi Alferd Schutz. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa fenomena thrift shop memiliki banyak peminat yang datang dari kalangan remaja. Ada berbagai motivasi yang melatar belakangi para remaja mengapa lebih tertarik untuk berbelanja serta menggunakan pakaian thrift shop. Yaitu untuk menunjang gaya berpakaian, barang yang dijual di thrift shop memiliki harga relative murah, selain itu dengan berbelanja di thrift shop para remaja bisa mendapatkan barang-barang atau pakaian yang bagus, unik (limited edition), dan ada pula yang mendapatkan barang-barang branded.

Kata kunci : *thrift shop, budaya populer, fenomenologi, remaja*

PENDAHULUAN

Kemunculan media massa memberikan peranan penting yang telah membentuk suatu budaya populer (*pop culture*) dalam kehidupan masyarakat. *Pop culture* merupakan budaya massa yang seringkali digunakan oleh banyak orang dan jauh lebih menyebar dalam arti produk budaya tersebut dikonsumsi oleh banyak orang.

Perkembangan budaya populer menyebabkan pergaulan masyarakat di era globalisasi seperti ini mengalami peningkatan yang mengarah pada gaya hidup (*lifestyle*) terhadap pria maupun wanita yang dituntut untuk selalu *up to date*. Untuk memenuhi gaya hidupnya masing-masing individu telah menentukan cara yang sesuai dalam membentuk identitas dirinya. Dengan kata lain setiap individu telah memiliki gaya hidup yang berbeda antara satu dengan yang lain. Semakin canggih teknologi, semakin berkembang pula gaya hidup manusia dalam kehidupannya.

Pop culture membuat budaya yang berkembang menjadi bersifat dinamis dan mengikut perkembangan setiap zamannya. Dimana budaya pop ini seringkali dikaitkan dengan budaya massa, yaitu dengan maksud bahwa budaya populer muncul dikarenakan tren yang sedang digemari dan diciptakan oleh masyarakat sendiri di setiap massa dan generasinya. Menurut Hebdige dalam (Ilham, 2017), sebagai contoh dalam mengamati budaya populer sebagai sekumpulan artefak yang ada, seperti film, kaset, acara televisi, alat transportasi, pakaian, dan sebagainya. Dikarenakan sifatnya yang dinamis budaya populer muncul dalam bentuk yang unik dalam berbagai tempat dan waktu. Menurut Burton dalam (Ilham, 2017), budaya populer didominasi oleh produksi dan konsumsi barang-barang material dan bukan oleh seni-seni sejati, manakala penciptanya didorong oleh motif laba. Maka dari itu budaya populer tidak hanya berkaitan dengan seni-seni yang memiliki arti kiasan, tetapi dalam bentuk apapun yang menjadi trend di kalangan masyarakat.

Strinarti dalam (Habsari, 2015), mengemukakan bahwa budaya populer dan budaya yang lahir atas kehendak media. Dengan maksud budaya akan terbentuk atas media yang dapat memproduksi budaya itu sendiri, sehingga public yang dapat menjadikan hal tersebut menjadikan suatu kebudayaan. Kemunculan budaya populer memberikan pengaruh yang sangat cepat bagi masyarakat termasuk dalam gaya hidup berpakaian yang *fashionable*. Budaya populer sendiri tidak dapat terlepas dari peran media massa dan perilaku konsumtif oleh publik sebagai para konsumennya. Kehidupan remaja saat ini menjadi semakin konsumtif dalam mengikuti perkembangan trend. Bagi para remaja untuk menunjang salah satu karakteristik dalam gaya hidup bermasyarakat adalah dengan mengikuti trend gaya berpakaian. Gaya berpakaian saat ini memang tidak jauh dari tren fashion zaman dahulu yang kembali *hype*. Meskipun zaman sudah semakin maju dipengaruhi oleh era globalisasi, tetapi model pakaian zaman kuno bisa menjadi *trend* yang di gemari oleh kalangan remaja.

Adanya tren yang terjadi di masyarakat saat ini tidak dapat terpisahkan dari peran komunikasi sebagai alat penyampaian pesan. Setiap proses komunikasi menimbulkan motif yang mendasari terbentuknya fenomena dari setiap pesan sehingga membentuk sebuah trend. Salah satu fenomena yang saat ini sedang marak-maraknya dan digandrungi oleh masyarakat Indonesia yaitu fenomena *thriftshop* yang merupakan bagian dari pop culture atau budaya populer. Dimana dalam budaya populer ini seringkali didekatkan dengan istilah mass culture atau budaya masa. Yang melibatkan interaksi secara massal dan dikonsumsi secara massal pula oleh konsumen. Unik nya fenomena thrift shop dulunya sangat minim peminatnya karena pengguna pakaian bekas saat itu sangat langka dibandingkan dengan penggunaan mobil bekas, alat elektronik bekas, dan semacamnya. Namun pada saat ini pengguna pakaian bekas dalam fenomena thriftshop telah menjadi fenomena sosial yang umum dijumpai dalam kehidupan masyarakat.

Fenomena *trend fashion thrifting*, dilansir dalam (*kompasiana.com*) awal mula munculnya *trend thrift* ditandai dengan adanya *mass-production of clothing* (produksi massal pakaian) yang terjadi pada revolusi industri di akhir abad ke-19. Karena pada masa itu terjadi peristiwa produksi pakaian dengan secara besar-besaran, hingga harga

pakaian baru pada masa tersebut dihargai dengan sangat murah dan semua kalangan masyarakat menjadi sering berganti pakaian dengan sekali pakai. Dari peristiwa tersebut menyebabkan terjadinya limbah pakaian yang menumpuk dari hari ke hari dan biasanya pakaian yang masih layak pakai tersebut diambil oleh para pelancong. Hal tersebut yang menyebabkan masyarakat mulai terbiasa menggunakan pakaian bekas dalam kehidupan sehari-harinya dan sudah menjadi *trend* pada masa itu. Hingga sampai saat ini *trend* tersebut kembali muncul dan biasa disebut dengan *thrifting* (Utomo, 2021)

Thrifting merupakan aktivitas berbelanja barang kuno yang memiliki harga lebih murah dibandingkan harga aslinya dan bentuk barangnya tidak biasa seperti yang dijual di pasaran saat ini (kuno). *Thrifting* juga disebut sebagai aktivitas mencari serta membeli barang yang bekas pakai seperti halnya dengan pakaian yang dicari berdasarkan model yang tepat berdasarkan keinginan serta harga yang terjangkau sehingga kita bisa puas membeli barang yang sesuai dengan keinginan dalam (Hayati & Susilawati, 2021). Gulfira dalam (Hayati & Susilawati, 2021) *Thrifting* merupakan kegiatan untuk mencari barang *secondhand stuff* di tempat-tempat tertentu yang menjual barang bekas. Aktivitas *thrifting* ini merupakan cara untuk menghemat kebutuhan remaja dalam memenuhi gaya hidupnya.

Para remaja kini yang ingin berpenampilan *fashionable* dan *trendy* sudah tidak perlu berbelanja di mall karena sudah ada opsi lain dengan melakukan aktivitas *thrifthing* di toko tertentu yang menjual pakaian bekas yang biasa disebut dengan *thrift shop*. Jika dibandingkan dengan membeli pakaian baru di toko pakaian *branded* tentu saja membutuhkan biaya yang cukup besar dan jumlah yang didapat sedikit. Dengan cara berbelanja pakaian melalui *thrift shop* itulah menjadi alternatif untuk para remaja bisa hidup berhemat dan bisa mendapatkan banyak pakaian sehingga bisa digunakan secara bergantian agar penampilan tidak membosankan. Antusias para remaja melakukan *thrifting* karena dapat menggunakan baju *branded* yang mahal.

Di kalangan remaja, perilaku konsumtif ini sangat berkaitan dengan kehidupan dalam memenuhi kebutuhan *fashion* nya. Menurut (Dwiyantoro & Hartianto, 2014), dalam kategori sosial remaja merupakan individu yang paling mudah menerima pembaruan dalam hal positif maupun negatif. Seiring perkembangan zaman yang semakin modern kemunculan budaya konsumtif sering terjadi tanpa disadari. Masa remaja adalah proses peralihan dalam mencari jati diri dari masa anak-anak ke masa dewasa. Salah satu karakter dari remaja adalah terpengaruh untuk menirukan gaya orang lain. Pada masa ini para remaja masih mencari gaya hidup yang sesuai dengan keinginannya. Gaya hidup dalam berpakaian yang mewah seringkali diminati oleh kalangan remaja. Budaya konsumtif sangat merekat dalam kehidupan remaja. Apapun yang dimiliki akan dirasa kurang dalam memenuhi keinginannya bukan untuk kebutuhannya.

Beberapa waktu belakangan ini, fenomena *Thrift Shop* semakin marak di Indonesia khususnya di Surabaya. Surabaya sebagai kota metropolitan memiliki beragam penduduk dengan gaya hidup dan trend *fashion* dalam hal berpakaian yang beragam pula. Seperti halnya di Surabaya saat ini banyak bermunculan *thrift shop* yang ramai dikunjungi para remaja. Yang pertama adalah *thrift shop* yang dijual oleh pedagang kaki lima yaitu tugu pahlawan, pasar gembong, pasar maling DTC, dan masih banyak lagi diantaranya. Sedangkan *thrift shop* dalam bentuk store yaitu Project Nine, Tempat Biasa, Kamar Shop. Sehingga kehadiran *thriftshop* menyebabkan pola perilaku konsumtif di kalangan remaja Surabaya. Aktivitas *thrift shop* ini merupakan salah satu cara bagi kalangan remaja untuk menunjukkan penampilan dengan gaya berpakaian yang menarik menggunakan gaya *retro*, *vintage*, dan tentunya *branded* tetapi tidak

mengeluarkan biaya yang mahal. Karena hal itulah yang *thrift shop* menjadi *trend* tersendiri bahkan sudah menjadi bagian dari budaya populer terhadap kalangan remaja Surabaya.

Thriftshop merupakan lahan bisnis baru bagi orang-orang yang mau mengembangkan bisnis dengan bermodal baju bekas yang masih layak pakai dan *branded*, *trend* mulai diminati oleh kalangan remaja khususnya pada kalangan remaja di kota Surabaya. Berawal dari maraknya penjualan pakaian bekas yang merupakan *trend* yang semakin digemari para remaja. Karena yang dijual kebanyakan pakaian *branded* dan masih layak pakai. Kebutuhan remaja yang mengikuti *trend* ini membuat mereka menggemari pakaian-pakaian *branded* dengan gaya berpakaian yang lebih ber-*fashion*. Fenomena ini tentu saja memunculkan bentuk *pop culture* baru dan perilaku konsumtif remaja demi memenuhi kebutuhan berpakaian sesuai *fashion* yang mereka inginkan dan demi pencitraan dirinya. Karena sifat remaja yang lebih mementingkan gengsi dalam hal gaya berpakaian demi mengikuti *trend* yang terjadi saat itu juga.

Dewasa ini, dalam menentukan gaya berpakaian para remaja khususnya masyarakat dari perkotaan besar seperti Surabaya ini membuat tampilannya menjadi seolah *fashionable* karena terpengaruh oleh perkembangan globalisasi. Sehingga menuntuk para remaja untuk tampil *fashionable* mengikuti trend masa kini, tak terkecuali bagi para remaja yang tidak memiliki cukup banyak uang demi menunjukkan citra penampilan mereka. Kalangan remaja di kota Surabaya kebanyakan berupaya untuk menampilkan sisi terbaiknya dari pakaian yang mereka gunakan. Gaya berpakaian remaja untuk selalu tampil *up to date* agar tidak ketinggalan jaman menuntut sebagian remaja kota Surabaya untuk berpenampilan *fashionable* dari segi berpakaian sehingga membeli pakaian melalui *thrift shop* merupakan pilihan terbaik karena harganya terjangkau. Berpenampilan dengan gaya berpakaian menarik dengan pengeluaran harga pakaian yang murah sudah menjadi hal biasa dan baru bagi para remaja.

Adanya fenomena *thrift shop* saat ini mulai digandrungi oleh kalangan remaja Surabaya sehingga dapat mempengaruhi pola perilaku konsumtif, pencitraan gaya berpakaian yang *fashionable*. Selain itu bisa menjadi faktor lain bagi para remaja untuk melakukan aktivitas *thrifting* di beberapa *thrift shop* pilihan mereka. Hal ini menimbulkan pertanyaan bagi penulis untuk mengetahui bagaimana fenomena *thrift shop* di kalangan remaja Surabaya.

Dalam konteks ini penulis ingin meneliti tentang fenomena *thrift shop* menggunakan perspektif fenomenologi. Tujuan peneliti menggunakan metode fenomenologi karena penelitian ini menekankan pada beberapa hal subjektif mengenai pemahaman, pengalaman, serta perilaku trend berbelanja dan memakai pakaian dari *thrift shop*. Selain itu tujuan penelitian ini berfokus pada fenomena *thrift shop* yang ditinjau dari sudut pandang setiap orang khususnya remaja Surabaya yang mengalaminya secara langsung guna untuk memaparkan *trend thrift shop* di kalangan remaja di Surabaya. Peneliti juga ingin mengetahui apakah yang mereka ketahui tentang *thrift shop*, motif apakah yang mendasari para remaja Surabaya melakukan aktivitas *thrifting* di *thrift shop*, bagaimana budaya populer *trend thrift shop* terbentuk di kalangan remaja Surabaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada kalangan remaja yang gemar berbelanja serta menggunakan pakaian *thrift shop* yang ada di Kota Surabaya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif. Peneliti memilih menggunakan metode kualitatif dengan

mempertimbangkan kebutuhan dari kasus fenomena yang akan diteliti karena lebih memerlukan penggunaan pengamatan secara mendalam, metode kualitatif juga lebih mudah dihadapkan dengan fenomena yang sesuai dengan realita dan sesuai dengan fenomena yang terjadi saat ini.

Menurut (Moelong, 2014), metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena mengenai apa yang terjadi dan dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini dipilih dengan alasan untuk berfokus kepada fenomena *thrift shop* yang sedang terjadi di kalangan remaja khususnya di Surabaya. Pendekatan fenomenologi sendiri bertujuan untuk menggambarkan makna yang biasanya didapatkan dari pengalaman hidup individu mengenai sebuah konsep atau fenomena tertentu yang muncul dalam bentuk kesadaran. Jadi dalam pendekatan fenomenologi ini, peneliti ingin mengetahui makna dari pengalaman yang dialami oleh para remaja dalam menggunakan *thrift shop* terkait dengan budaya populer dan bentuk perilaku konsumtif yang terselubung.

Dalam (Griffin, 2003:32), satu hal yang penting untuk ditekankan pada penelitian melalui pendekatan fenomenologi adalah bahwa objek dan peristiwa yang terjadi dapat dilihat dalam perspektif individu itu sendiri. Analisis atas kehidupan sehari-hari dilakukan dari sudut pandang orang yang hidup dalam kehidupannya sendiri (Rejeki, 2011:136). Sebagai metode penelitian, fenomenologi adalah suatu cara untuk membangun pemahaman mengenai realitas yang dibangun dari sudut pandang orang pertama yang mengalami peristiwa dalam kehidupannya.

Menurut Schutz terdapat enam karakteristik yang mendasari realitas kehidupan (*the life world*), yang pertama yaitu *wide-awakeness* (terdapat unsur kesadaran sepenuhnya terhadap individu yang mengalaminya). Kedua, *reality* (beberapa orang percaya akan eksistensi dunia). Ketiga, dalam dunia ini orang-orang berinteraksi untuk kesehariannya. Keempat, pengalaman seseorang merupakan totalitas dari pengalamannya sendiri. Kelima, dunia intersubyektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. Keenam, adanya perspektif waktu dalam masyarakat. (Mawardi, 2018).

Dalam teori fenomenologi Alferd Schutz mengemukakan bahwa "*The phenomenology of social world*" yang berarti bahwa seseorang secara sadar memberikan gambaran atau menginterpretasikan pengalamannya melalui sebuah tanda dan makna mengenai apa yang telah mereka lihat. Interpretasi merupakan suatu proses aktif dalam memaknai atau mengartikan tentang sesuatu yang diamati, seperti bacaan, tindakan, atau situasi bahkan pengalaman apapun. (Nintindo, 2005:84). Fenomenologi membuktikan untuk mendalami pemahaman mengenai bagaimana manusia dapat mengkonstruksi makna, karena pemahaman seseorang mengenai dunia terbentuk oleh hubungan antar individu.

Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah dan memperjelas lokasi yang dijadikan sasaran dalam penelitian. Penelitian ini akan dilakukan di Kota Surabaya, peneliti menilai bahwa Surabaya merupakan lokasi yang mampu menunjang berbagai proses penelitian terkait dengan permasalahan serta fenomena yang akan diteliti. Terlebih lagi di Surabaya terhitung telah banyak *thrift shop* yang berkembang hingga dibuat *event thrift shop* sebagai sarana bagi pengguna dan pecinta *thrift shop* sehingga dapat memudahkan peneliti untuk mencari informan sebagai subjek penelitian serta data yang dihasilkan untuk penelitian ini juga melimpah dan dapat berkembang sesuai data. Obyek penelitian ini adalah kalangan remaja di

Kota Surabaya, sebagai pengguna *Thrift Shop* dan sebagai informan pendukung penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampling purposive (*purposive sampling*). Teknik ini mencakup informan yang telah diseleksi dan yang memenuhi kriteria-kriteria tertentu. Dengan berbagai pertimbangan yang sesuai dengan tujuan dari penelitian ini maka peneliti memilih informan utama dengan kriteria sebagai berikut, (1) Remaja berumur lebih dari 17 tahun, (2) Berdomisili di Surabaya, (3) Jenis kelamin: Laki-laki dan Perempuan, (4) Pendidikan SLTA ke atas, (5) Pernah berbelanja di *thrift shop*, (6) Mengikuti akun Instagram salah satu *thrift shop*, (7) Menggemari produk *branded*.

Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data dari delapan orang informan. Peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data yang terdiri dari wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkategorikan, menyusun, mengamati dan menggabungkan data-data yang telah dikumpulkan guna mendapatkan validasi data. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yaitu menggunakan langkah-langkah mulai dari proses reduksi, interpretasi, dan analisis data dengan mengikuti alur pendekatan tersebut. Pertama, proses reduksi dilakukan guna mencari inti dan pokok persoalan terhadap data yang dihasilkan dari wawancara informan. Kedua, untuk proses interpretasi data dilakukan kembali reduksi data sebagai bahan untuk menganalisis dan menyimpulkan hasil temuan. Untuk menjelaskan proses terjadinya fenomena sebagai hasil interpretasi, perlu disertai kutipan jawaban dari informan. Dengan itu peneliti dapat menyajikan gambaran mengenai realitas yang terjadi terhadap pengalaman serta pemahaman informan berdasarkan hasil wawancara. Ketiga, analisis data dilakukan kepada informan remaja Surabaya yang pernah berbelanja di *thrift shop* dan gemar menggunakan pakaian *branded* hasil *thrift shop*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti akan menguraikan hasil analisis berdasarkan data wawancara para informan yang kemudian di analisis menggunakan pendekatan fenomenologi sehingga dapat menjelaskan fenomena *thrift shop* yang terjadi di kalangan remaja Surabaya.

Pemahaman Remaja terhadap *Thrift Shop*

Istilah *thrift shop* termasuk sebuah istilah baru yang masih jarang sekali masyarakat paham akan maknanya. Istilah "*thrift shop*" sering dikaitkan dengan berbelanja barang atau pakaian bekas yang harganya murah yang dimana *thrift shop* terdiri dari unsur-unsur tersebut. Seperti yang dikatakan oleh informan 1: "*thrift shop itu tempat yang jual barang-barang bekas kayak baju, topi, ya pakaian lah*" Dan berikut penurutan dari informan 3 : "*menurutku Thrift shop tempat jual baju bekas biasanya dijual dengan harga yang agak miring,*"

Dari data yang didapat dari pemahaman informan peneliti mendapatkan kesimpulan mengenai pengertian *thrift shop* yaitu yang berarti tempat jual barang bekas impor yang masih layak pakai, Jika ditelaah kembali fenomena *thrift shop* yang dahulunya dianggap sebagai barang buangan dan barang bekas pakai orang lain. kini dengan kemunculan *thrift shop* para informan bisa mendapatkan pakaian yang *branded* dan *vintage* dengan harga yang murah.

Menurut (Rejeki. MC, 2011:135), asumsi pokok fenomenologi adalah manusia

berperan aktif menginterpretasikan pengalamannya melalui makna atas sesuatu yang telah dialaminya. Lebih lanjut lagi Schutz mengungkapkan bahwa fenomenologi merupakan studi tentang pengetahuan yang berasal dari sebuah kesadaran atau cara seseorang memahami sebuah obyek atau sebuah peristiwa melalui pengalaman seseorang secara sadar mengenai sebuah objek atau peristiwa yang terjadi. Dari teori diketahui bahwa pengetahuan dan pengalaman seseorang merupakan hal penting dari unsur fenomenologi, berdasarkan hasil temuan data yang didapat pengetahuan informan mengenai *thrift shop* ini ialah tempat jual barang bekas yang masih layak pakai dalam bentuk pakaian dan aksesoris lainnya seperti baju, jaket, celana, sepatu, dan lain sebagainya yang dijual dengan harga relative murah.

Ketertarikan terhadap Thrift Shop

Pengalaman dan pengetahuan informan terhadap fenomena *thrift shop* berbeda-beda sehingga menghasilkan hasil wawancara yang beragam. Sesuai dengan teori fenomenologi menurut Schutz dalam (Kuswarno, 2009:27), studi ini mengutamakan pengetahuan mengenai peristiwa atau kondisi terhadap persepsi seseorang, yang bersifat subjektif. Terbukti dari temuan data bahwa beberapa peminat *thrifting* memiliki ketertarikan yang berbeda. (1) karena dari segi harga, yaitu barang atau pakaian yang dijual di *thrift shop* memiliki harga yang relative murah dengan kualitas yang rata-rata masih bagus. (2) karena barang atau pakaian yang dijual memiliki sisi unik dan vintage, seperti pakaian-pakaian yang trend pada tahun 1990-an dijual kembali sehingga memiliki bentuk vintage atau retro jaman dahulu. (3) barang atau pakaian yang dijual *limited edition* atau tidak ada duanya, karena barang atau pakaian yang dijual di *thrift shop* merupakan barang yang kebanyakan datang dari impor luar negeri dan tidak ada stock barang yang sama.

Fenomena Thrift Shop sebagai Budaya Populer di Kalangan Remaja

Menurut Burton dalam (Ilham, 2017), budaya populer didominasi oleh produksi dan konsumsi barang-barang material dan bukan oleh seni-seni sejati, manakala penciptanya didorong oleh motif laba. Maka dari itu budaya populer tidak hanya berkaitan dengan seni – seni yang memiliki arti kiasan, tetapi dalam bentuk apapun yang menjadi trend di kalangan masyarakat. Terbukti dari temuan data bahwa ke delapan informan meminati *thrift shop* salah satunya karena murah dan menghasilkan keuntungan bagi peminatnya. Keuntungan yang didapatkan yaitu pakaian yang branded, bergaya vintage, unik dan langka yang tentunya bisa meningkatkan gaya berpakaianya agar terkesan trendy. Dari hal-hal tersebut lah yang dapat dikatakan *thrift shop* sebagai budaya populer bagi masyarakat karena tidak berkaitan dengan seni saja melainkan sudah menjadi trend dikalangan remaja Surabaya.

Dalam bukunya menurut (Strinati, 2010), secara sederhananya dapat dikatakan bahwa budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui Teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan kepada khalayak konsumen massa. Dengan maksud budaya akan terbentuk atas media yang dapat memproduksi budaya itu sendiri, sehingga public yang dapat menjadikan hal tersebut sebagai suatu kebudayaan. Begitu juga dengan

adanya fenomena *thrift shop* ini merupakan salah satu fenomena yang termasuk kedalam budaya populer, karena aktifitas *thrifting* saat ini tengah marak peminatnya, yang dapat memberikan laba atau keuntungan dan disukai oleh peminatnya karena dengan harga yang relative murah, seseorang sudah bisa mendapatkan barang bagus, branded, dan tentu saja unik karena tidak ada duanya. Selain itu budaya massa juga disebut sebagai budaya populer, begitu juga dengan adanya *trend thrift shop* ini. Fenomena ini juga tidak terlepas dari peran media sosial, dibuktikan dengan adanya jawaban dari para informan yang kebanyakan mengetahui *trend thrift shop* berawal dari sosial media. Dimana segala informasi dan penyebaran mengenai *trend* ini di unggah pada platform seperti *tik-tok, instagram dan facebook*. Dengan adanya peran media sosial hal ini juga dapat meningkatkan budaya konsumsi masyarakat dan membuat *tren thrifting* menjadi budaya massa.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan terkait fenomena *thrift shop* dikalangan remaja Surabaya yaitu : (1) Sudah banyak remaja yang memahami dan mengenal fenomena *thrift shop*. Namun sebelum nama *thrift* trend dikalangan masyarakat, para informan mengatahuinya dengan istilah tempat jual barang bekas, barang *second hand* ataupun *preloved* yang masih layak pakai dan *branded*. Pemahaman informan mengenai fenomena *thrift shop* sudah cukup jauh, dimana mereka mengetahui bahwa barang yang dijual di *thrift shop* merupakan barang bekas atau *second*. (2) Fenomena *thrift shop* dikatakan sebagai budaya populer karena aktivitas *thrifting* saat ini memiliki banyak peminat, dan menjadi trend baru dalam gaya berpakaian. (3) Ada berbagai motivasi yang melatar belakangi para remaja mengapa lebih tertarik untuk berbelanja serta menggunakan pakaian *thrift shop*. Yaitu untuk menunjang gaya berpakaian, dengan adanya ciri khas barang yang dijual di *thrift shop* memiliki harga relative murah menjadikan *thrift shop* digemari oleh remaja, selain itu karena dengan berbelanja di *thrift shop* para remaja bisa mendapatkan barang-barang atau pakaian yang bagus, unik (*limited edition*), dan ada pula yang mendapatkan barang - barang branded.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwiyantoro, A., & Hartianto, S. (2014). Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Pengguna Pakaian Bekas. *Paradigma*, 02(03), 2–8.
- Habsari, S. U. H. (2015). Fashion Hijab Dalam Kajian Budaya Populer. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 2(2), 126–134. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/ppkm/article/view/356>
- Hayati, M., & Susilawati, N. (2021). Thrifting Sebagai Presentasi Diri Mahasiswa di Pasar Putih Bukittinggi. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 4(3), 359–370.

- Ilham, M. (2017). Analisis Semiotika Meme dalam Fanpage Meme Comic Indonesia.
- Kuswarno, E. (2009). Metodologi penelitian komunikasi fenomenologi :
Konsepsi, pedoman, dan contoh penelitiannya. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Mawardi, R. (2018). PENELITIAN KUALITATIF PENDEKATAN FENOMENOLOGI.
<https://dosen.perbanas.id/penelitian-kualitatif-pendekatan-fenomenologi/>
- Moelong, L. J. (2000). Metode Penelitian Kualitatif (Remaja Ros).
- Strinati, D. (2010). POPULAR CULTURE: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer. AR-
RUZZ MEDIA.
- Sunarto. Adnan Hussein. Mario Antonius Birowo, Agustina Zubair, S. B. H., Bonaventura
Satya Bharata, FajarJunaedi, MC Ninik Sri Rejeki. Y Argo Twikromo, B., Agus
Siiparno, Chatarina Endah P, Anang Hermawan, Y. L., & Kata Pengantar: Assoc
Prof. Adnan Hussein, P. . (2011). Mix Methodology dalam Penelitian Komunikasi
(A. P. Aswad Ishak, FajarJunaedi, Setio Budi HH (Ed.)). Asosiasi Pendidikan
Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM). (
- Mawardi, 2018 : <https://dosen.perbanas.id/penelitian-kualitatif-pendekatan-fenomenologi/>
- Utomo, 2021 : https://www.kompasiana.com/rizkyfajarutomo/5ffaf4408ede-48782e4f58a4/tren-thrift-shop-di-indonesia-dalam-bayang-bayang-subkultur-dan-gentrifika-si-pakaian?page=2&page_images=1