

**PEMAKNAAN KONSUMSI DALAM *THRIFTING*
DI KALANGAN PENGGEAR *THRIFT*
KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Fabilla Alvrita Celia

NIM. 071811433041

**PROGRAM STUDI S1 SOSIOLOGI
DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SEMESTER GASAL 2022/2023**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan (langsung maupun tidak langsung) dalam isi skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Madiun, 24 Agustus 2022



Fabilla Alvrita Celia

NIM. 071811433041

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

**PEMAKNAAN KONSUMSI DALAM THRIFTING
DI KALANGAN PENGGEMAR THRIFT
KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Maksud: sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga

Disusun Oleh:

Fabilla Alvrita Celia

NIM. 071811433041

**PROGRAM STUDI S1 SOSIOLOGI
DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SEMESTER GASAL 2022/2023**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PEMAKNAAN KONSUMSI DALAM THRIFTING DI KALANGAN
PENGGEAR THRIFT KOTA SURABAYA**

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 27 Agustus 2022

Dosen Pembimbing



Ratna Azis Prasetyo, S.Sosio., M.Sosio

NIP. 198701102015042001

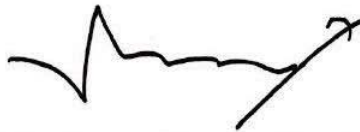
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan di hadapan Komisi Penguji

Program Studi: Sosiologi
Departemen: Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Pada hari : Kamis
Tanggal : 22 September 2022
Pukul : 15.00 WIB

Komisi Penguji terdiri dari:
Ketua Penguji



Prof. Dr. Bagong Suyanto, Drs., M.Si.
NIP. 196609061989031001

Anggota



Drs. Sudarso, M.Si.
NIP. 196805141992031002

Anggota



Ratna Aziz Prasetyo, S.Sosio., M.Sosio
NIP. 198701102015042001

ABSTRAK

Di tengah ramainya pembahasan mengenai konsumsi, dalam hal *thrifting*, masih belum banyak dideskripsikan dengan perspektif yang sosiologis. Seiring dengan semakin komersialnya *thrifting* hingga hari ini memunculkan adanya pembentukan narasi subjektif yang kemudian turut mempengaruhi pemaknaan perilaku konsumsi di dalamnya. Diketahui bahwa esensi pemaknaan konsumsi dalam *thrifting* belum dijelaskan, juga terkait aspek-aspek yang memediasinya sehingga merepresentasi praktik sosialnya berupa adanya komodifikasi *thrift*. Studi ini kemudian dibuat dengan tujuan untuk memahami kompleksitas dalam perilaku konsumsi yang dilakukan pelaku sekaligus peminat *thrift* ditinjau dari segi pemaknaan terhadap konsumsi dan proses komodifikasi *thrift* dalam *thrifting*. Dengan pendekatan fenomenologi, fokus studi ini adalah bagaimana individu memaknai konsumsi yang dilakukannya dalam kegiatan *thrifting*. Dan sehubungan dengan itu, juga terkait bagaimana proses komodifikasi *thrift* dideskripsikan dalam *thrifting*.

Studi pada penggemar *thrift* sebagai masyarakat konsumen yang berlokasi di Kota Surabaya ini menggunakan metode kualitatif. Delapan informan dipilih menggunakan teknik *purposive* untuk diwawancara mendalam. Sementara itu, pengumpulan data didukung dengan observasi dan dokumen. Kerangka pemikiran Robert G. Dunn mengenai teori konsumsi dijadikan pedoman analisis untuk menginterpretasikan hasil data yang didapatkan dan menjawab fokus studi yang dimaksud. Hasil dari penelitian ini antara lain pemaknaan konsumsi dalam *thrifting* dipahami melalui pemerhatian pada orientasi pola konsumsi (pertimbangan mengonsumsi serta pemilihan lokasi) dan reproduksi praktik konsumsi yang menghasilkan tipologi konsumen dan konsumsinya yakni konsumen petualang, konsumen cermat, dan konsumen impulsif. Untuk komodifikasi *thrift*, dapat dipahami melalui dekonstruksi *thrift* melalui daya tarik dan peran media sosial yang melekatkan komersialisasi dengan *thrift* sebagai komoditasnya (objek).

Kata kunci: thrifting, makna konsumsi, komodifikasi, masyarakat konsumen

ABSTRACT

In the midst of the hectic discussion about consumption, regarding thrifting, it is still not widely described from sociological perspective. Along with the increasingly commercialization of thrifting to this day, it has led to the formation of subjective narratives which then also influence the meaning of consumption behavior in it. It is known that the essence of the meaning of consumption in thrifting has not been explained, related to the aspects that mediate it so that it represents social practice in the form of commodification of thrift. This study made with the aim of understanding the complexities in consumption behavior carried out by thrift actors and enthusiasts in terms of the meaning of consumption and the commodification process of thrift in thrifting. With a phenomenological approach, the focus of this study is how individuals interpret their consumption in thrifting activities. It is also related to the process of commodifying thrift can be described in thrifting.

Study on thrift fans as a consumer community located in the city of Surabaya uses qualitative methods. Eight informants were selected using a purposive technique for in-depth interviews. Data collection was supported by observations, documents, and Robert G. Dunn's framework of thinking about consumption theory is used as an analytical guide to interpret the results of the data obtained and answer the focus of the study in question. The results of this study, among others, the meaning of consumption in thrifting is understood through attention to the orientation of consumption patterns (consumption considerations and location selection) and reproduction of consumption practices that produce consumer typologies and their consumption, namely adventurous consumers, careful consumers, and impulsive consumers. For the commodification of thrift, it can be understood through the deconstruction of thrift through the attraction and role of social media that attaches commercialization to thrift as its commodity (object).

Keywords: thrifting, meaning of consumption, commodification, consumer society

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT karena atas limpahan nikmat, rahmat, dan keberkahannya telah memperkenankan penulis untuk dapat menuntaskan pengerjaan studi ini (skripsi) dengan judul “Pemaknaan Konsumsi dalam *Thrifting* di Kalangan Penggemar *Thrift* Kota Surabaya” sebagai syarat kelulusan dan untuk mendapatkan gelar sarjana dari Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga. Menggunakan metode kualitatif dengan Teori Konsumsi dari Robert G. Dunn sebagai pisau analisisnya, skripsi ini diharapkan ke depannya dapat memberikan sumbangsih bagi ilmu pengetahuan dan wawasan bagi khalayak luas melalui temuannya yang memahami pemaknaan konsumsi dan proses komodifikasi *thrift* dalam *thrifting*.

Selain hal-hal yang telah disebutkan tersebut, penulis disini sekaligus berterimakasih banyak kepada seluruh pihak yang berkontribusi dalam pengerjaan hingga penulisan skripsi ini. Disadari pula oleh penulis bahwa ada kekurangan dan keterbatasan pada skripsi ini. Oleh karena itu, semoga dengan ketidaksempurnaannya tersebut dapat membuka peluang baru untuk penelitian-penelitian lain. Sebagai akhir kata, besar harapan peneliti terhadap skripsi ini untuk dapat memperkaya khazanah pada kajian studi yang terkait dengan *thrifting* dan konsumsi.

Madiun, 24 Agustus 2022

Fabilla Alvrita Celia

UCAPAN TERIMA KASIH

Halaman ini ditujukan khusus sebagai ungkapan syukur dan terima kasih terhadap pihak-pihak yang turut andil—baik langsung maupun tidak langsung—dalam pengerjaan studi ini (skripsi). Sebagai prolognya, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang untuk segala kemudahan dan bimbingannya pada saya sehingga mencapai tahap ini
2. Dr. Sutinah, Dra., MS; Dr. Septi Ariadi, Drs. MA; Drs. Doddy Sumbodo Singgih M.Si.; dan Prof. Dr. Subagyo Adam, Drs, MS atas kritik serta sarannya sehingga lebih jelas pandangan saya saat proposal skripsi
3. Bu Ratna Azis Prasetyo, S.Sosio., M.Sosio selaku dosen pembimbing atas kesediaan, kehangatan, kesempatan, dan waktu yang selama ini diberikan sehingga saya selalu terpacu menyelesaikan skripsi ini. Serta, Prof. Dr. Bagong Suyanto, Drs., M.Si. selaku dosen pembimbing sebelumnya atas kesempatan, tanggapan, dan bimbingan teoritiknya
4. Prof. Dr. Bagong Suyanto, Drs., M.Si; Drs. Sudarso, M.Si; dan Ratna Aziz Prasetyo, S.Sosio., M.Sosio selaku penguji dalam sidang skripsi atas tanggapan, energi, dan saran yang telah diberikan terhadap pengerjaan skripsi ini
5. Seluruh dosen Program Studi Sosiologi, Universitas Airlangga yang terhormat, yang telah memberikan bekal ilmu serta wawasan selama saya menjadi mahasiswa beliau sekalian. *Barakallah*
6. Diri saya pribadi, Fabilla Alvrita Celia, atas segala jungkir balik hingga bangkitnya untuk bisa mencapai titik sekarang ini. Saya bangga padamu!
7. Para informan yang *santuy* dan budiman (Mahko, Naya, Ssa, Fama, Gleno, Sinca, Asoeka, dan Nee) atas semua sokongan informasinya dan kesediannya meluangkan waktu. *It truly means a lot!*
8. Kedua orang tua saya yang terkasih, Mamma dan Pappa yang membersamai setiap langkah saya menempuh jenjang pendidikan ini. Teruntuk si anak bungsu juga, Ola, terima kasih banyak atas bala bantuannya selama ini. Serta keluarga besar yang selalu membuat *deg deg an* melalui pertanyaan mengenai *progress* dan target

9. Jongak (Adla, Wiuwid, Septiw, Pan Pan, Mel Mel, Pig Pig, dan Uandre) terkisruh, Jukha tersiaga, Khoe terada aja, Waku-waku termonitor, Dey terdadakan, Inc Kiddos (Elle, Rafi, Prims) tergokil, serta keluarga besar kucing andalan di rumah yang kesemuanya mewarnai hari-hari saya terutama semenjak bergelar “Penghuni Semester Senja”
10. Teman-teman *seperdosbingan* (utamanya Dizcao dan Memeu) serta tidak lupa pula pada *dulur* Sosiologi angkatan 2018 atas suka, duka, dan asam garamnya selama duduk di bangku perkuliahan ini, *kangen rek*, sukses di jalannya masing-masing!
11. Terakhir, siapapun kalian yang barangkali luput dari penyebutan namun memantau serta turut menanyakan perkembangan pengerjaan, apalagi keadaan saya sejauh ini. Baik-baik juga, kalian!

Sebagai epilognya, penulis menyemogakan senantiasa disertainya keberkahan yang berlipat dariNya teruntuk kalian semuanya, aamiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	iii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademik.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.5.1 Studi Terdahulu.....	7
1.5.2 Kerangka Teoritik.....	17
1.5.2.1 Masyarakat Konsumen	17
1.5.2.2 Konsumsi dalam Perspektif Sosiologi.....	19
1.5.2.3 Subjektivitas Konsumsi.....	20
1.5.2.4 Dekonstruksi Komoditas.....	22
1.5.2.5 Matriks Tanda dan Simbol.....	25
1.6 Metode dan Prosedur Penelitian.....	27
1.6.2 Pendekatan Penelitian.....	27
1.6.3 Tipe Penelitian	27
1.6.4 Lokasi Penelitian	28
1.6.5 Subjek Penelitian	28
1.6.6 Penentuan Informan	30
1.6.7 Teknik Pengumpulan Data.....	31

1.6.8 Analisis Data	32
BAB II SETTING SOSIAL.....	34
2.1 Tinjauan Perkembangan Fenomena <i>Thrift</i>	34
2.2 Para Sarana Penyubur <i>Thrift</i>	38
2.2.1 Digitalisasi	38
2.2.2 “Pagelaran” <i>Event</i>	40
2.3 Apa Kabar <i>Thrift</i> di Kota Surabaya?	42
2.4 Pelaku dan Peramai <i>Thrift</i>	43
BAB III PROFIL INFORMAN DAN PEMAPARAN DATA.....	45
3.1 Profil Informan.....	45
3.1.1 Profil Mahko	45
3.1.2 Profil Naya	46
3.1.3 Profil Ssa	47
3.1.4 Profil Fama	48
3.1.5 Profil Gleno	49
3.1.6 Profil Sinca	50
3.1.7 Profil Asoeka.....	51
3.1.8 Profil Nee.....	52
3.2 Proses Menemukan “ <i>The One and Only</i> ”.....	54
3.3 <i>Where Do I Hunt-Thrift?</i>	59
3.4 Pertimbangan <i>Ngethrift</i>	63
3.5 Interpretasi terhadap <i>Thrift</i>	68
3.6 <i>Ngethrift</i> yang Mengesankan	70
3.7 Signifikansi Penggunaan Istilah “ <i>Thrift</i> ”	75
3.8 Magnetisasi <i>Thrift</i>	79
3.9 Peran Media Sosial dalam Semarak <i>Thrift</i>	84
BAB IV PEMBAHASAN: DISKUSI DAN ANALISIS TEORITIK	90
4.1 Makna Konsumsi dalam <i>Thrift</i>	91
4.1.1 Orientasi Pola Konsumsi.....	91
4.1.2 Praktik Konsumsi: Negosiasi antara Makna dan Kepuasan	98
4.2 Proses Komodifikasi <i>Thrift</i> dalam <i>Thrift</i>	107
4.2.1 Dekonstruksi <i>Thrift: from Nothing to be Something</i>	107
4.2.2 Geliat Peran Media Sosial.....	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	119

5.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
LAMPIRAN.....	xviii

DAFTAR TABEL

Tabel 1.6.5 Subjek Penelitian (nama disamarkan)	29
Tabel 4.1.1.1 Kategorisasi Pertimbangan Konsumsi <i>Thrift</i>	91
Tabel 4.1.1.2 Pemilihan Lokasi <i>Ngethrifting</i>	96
Tabel 4.1.2.1 Proses Menemukan <i>The One and Only</i>	98
Tabel 4.1.2.2 Interpretasi <i>Thrift</i>	104
Tabel 4.1.2.3 Kesan Konsumsi dalam <i>Thrift</i>	106
Tabel 4.2.1.1 Daya Tarik <i>Thrift</i>	108
Tabel 4.2.1.2 Dampak Budaya Ditinjau dari Perubahan Istilah	112
Tabel 4.2.2 Peran Media pada Konsumsi dalam <i>Thrift</i>	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.2.1 Event <i>thrift</i> di Central Mall	40
Gambar 2.2.2.2 Event <i>thrift</i> pelataran	40
Gambar 2.2.2.3 Event <i>thrift</i> di Jatim Expo	41
Gambar 2.2.2.4 Event <i>thrift</i> di Transmart Ngagel	41
Gambar 2.4.1 Konsumen sedang <i>ngethrifting</i>	44
Gambar 2.4.2 Konsumen sedang <i>ngethrifting</i>	44