

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peminat pada pakaian bekas atau *secondhand* di kalangan masyarakat pada saat ini mulai meningkat, khususnya pada kalangan remaja di kota Surabaya. Belanja dan menggunakan pakaian bekas adalah sebuah hal yang baru dan semakin digemari oleh sebagian di Surabaya. Pakaian bekas menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi sebagian remaja di Surabaya. Pakaian bekas sendiri bisa di dapatkan dengan harga yang terjangkau dan memiliki kualitas yang bagus. Menurut sebagian remaja di Surabaya, mereka membeli pakaian bekas karena unik dan harganya yang murah tentunya. Hal tersebut membuat peminat pakaian bekas sendiri semakin banyak, dari kalangan manapun mulai dari ekonomi kelas atas sampai kelas bawah, mereka mencari dan mengkonsumsi pakaian bekas. Hal ini menjadi sebuah *trend* tersendiri bagi sekelompok masyarakat di Surabaya.

Semakin banyaknya peminat pakaian bekas di Surabaya membuat pertumbuhan ekonomi semakin meningkat, pada saat ini kita bisa menemukan dan mengakses toko yang menjual pakian bekas ini secara offline dan online. Baju-baju yang diperjual belikan di lapak emperean (PKL) atau toko pakaian bekas ini biasanya berjumlah satuan tidak diproduksi secara banyak dan mahal, sehingga terkesan lebih *eklusif* dan *limited edition* menurut sebagian orang. karena pakaian bekas yang dijual disana tidak dibuat secara massal atau banyak. Sebagian orang sangat memperhatikan pakaian yang dia pakai. Menurut para remaja khususnya Mahasiswa di kota Surabaya, mereka lebih memilih mencari pakaian bekas daripada harus membeli pakaian di *mall*. Karena menurut mereka memakai pakaian bekas yang *limited edition* akan membuat sebuah kebanggaan di dalam lingkungan mereka.

Pakaian sendiri merupakan kebutuhan pokok masyarakat setiap harinya. Pakaian mampu melindungi tubuh kita dari sinar terik matahari, hujan, hawa dingin, dan debu. Oleh karena itu pakaian mempunyai bentuk model yang berbeda-beda sesuai kebutuhannya masing-masing. Selain fungsi utama dari pakaian untuk

melindungi tubuh kita pakaian juga mempunyai fungsi lain, yaitu antara lain sebagai *symbol* dan status identitas seseorang bias dilihat dari cara orang itu berpakaian. Bagi beberapa masyarakat mereka sangat memperhatikan pakaian yang dia beli dan dipakainya dalam kegiatan sehari-hari. Selain kegunaannya untuk melindungi tubuh kita, pakaian juga menggambarkan tentang identitas diri kita. Di era *digital* seperti sekarang ini tidak hanya sebuah *teknologi* yang selalu berkembang, perkembangan cara berpakaian pun menjadi sebuah daya tarik yang selalu ditunggu perkembangannya bagi sebagian orang. Mereka sangat *up-to-date* dalam perkembangan *fashion* pada saat ini.

Fashion adalah cara berpakaian dengan mengikuti *trend* maupun *mode* terbaru, perkembangan *fashion* pada saat ini selalu diperhatikan dan ditunggu-tunggu oleh sebagian masyarakat pada era modernisasi saat ini. Semua orang berlomba-lomba untuk mengenakan pakaian dengan mode kekinian atau yang paling *up-to-date*, di dalam dunia *fashion* pakaian merupakan *symbol* dari perubahan budaya dari tradisional dan terus berkembang dengan semakin majunya pengetahuan masyarakat terhadap dunia *fashion* itu sendiri. Melalui pakaian dapat dilihat bagaimana manusia mengekspresikan tentang cara hidupnya, karena pakaian adalah hal yang penting untuk menunjang penampilan. Bisa juga sebagai pembagian kelas strata, dan status sosial. Di dalam dunia *fashion*, sangatlah beragam dari gaya berpakaian, gaya rambut, dan gaya di dalam kehidupan kita sehari-hari. Dengan mengikuti tren yang terus berkembang, seseorang bisa dikatakan sebagai sosok yang *fashionable* ditandai dengan cara berpakaian dan gaya hidupnya.

Di sebagian negara maju *fashion* atau cara berpakaian sangatlah diperhatikan, antara lain ada beberapa kota di dunia ini yang sangat berpengaruh di dalam dunia *fashion*, contohnya seperti. New York, Milan, Paris, Tokyo, dan London. Kota-kota besar itu merupakan kota mode yang sering kita sebut ibu kotanya *fashion* yang lahir di dunia ini. Dengan kemajuan teknologi informasi yang pesat, masyarakat dapat dengan mudah mengetahui tren *fashion* yang sedang *up-to-date* dari masa ke masa melalui *internet*. mudahnya kita mengakses *internet* kita dapat mengetahui *fashion* yang lagi *up-to-date* di masyarakat saat ini. Pada

dasarnya masyarakat sangat memperhatikan tentang penampilan pakaian yang dia kenakan, karena hal ini dapat mengkonstruksi status mereka. Di dalam masyarakat, mereka akan dengan cepat mengikuti fashion yang populer pada saat itu. Mereka akan melakukan apa saja untuk mengikuti *trend, fashion* sangat berpengaruh di dalam masyarakat terutama para remaja di Indonesia.

Pada dasarnya masyarakat Indonesia mempunyai keinginan yang tinggi terhadap barang-barang dan pakaian yang sedang *up-to-date*, ada juga yang mengkonsumsi barang karena murah dan tentunya memiliki kualitas yang tinggi. Hal itu berdampak pada kemunculan barang-barang palsu yang biasa sebut kw, arti kata kw sendiri adalah sebuah barang tiruan yang menyerupai barang aslinya. Namun kualitas dan harga pada barang tiruan memiliki perbedaan yang sangat berbeda pada kualitas dan harganya. Harga barang kw jauh lebih rendah daripada barang originalnya, meskipun ada beberapa barang tiruan yang memiliki kualitas yang bagus, namun tetap ada perbedaan yang sangat spesifik dengan barang originalnya. Sebagian kalangan memilih untuk menggunakan barang tiruan atau untuk tetap terlihat *fashionable*.

Hal tersebut mengakibatkan tumbuhnya perilaku konsumtif terutama di kalangan remaja yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan berkembangnya sosial media. Peran sosial media sangat mendukung tentang perkembangan pakaian bekas di kalangan masyarakat Indonesia, masyarakat yang dibantu dengan adanya kemajuan *technology* yang mampu menyerap sumber-sumber berita yang mendukung perkembangan *mode* pakaian di seluruh Negara bisa kita akses dan ketahui dengan mudah perkembangannya melalui jejaring sosial dan media massa, di antara lain yang mendukung seperti: masyarakat yang menonton Televisi, membaca Koran dan Tabloid selain itu peran yang sangat mendukung masyarakat menjadi konsumtif terhadap dunia *mode* adalah *Internet* terutama penggunaan akun media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram*.

Budaya konsumtif itu sendiri sangat mempengaruhi masyarakat. Masyarakat merupakan individu yang dalam kategori sosial paling mudah menerima pembaruan, positif maupun negatif. Kemunculan budaya *konsumtif* ini terjadi tanpa disadari seiring dengan kemajuan *teknologi* yang semakin *modern*. Hal

ini membuat pergeseran atau perubahan dalam pembelian dan pemilihan pakaian. Dari membeli pakaian baru menjadi membeli pakaian bekas, pergeseran ini yang dari awalnya membeli pakaian bekas adalah hal yang *tabu* atau *negative* menjadi sebuah *alternative* bagi sebagian masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Hal ini menjadi sebuah gaya hidup yang semakin banyak kita temui.

Pada era *modernisasi* saat ini, kita dapat dengan mudah mengakses kebutuhan yang kita perlukan di *internet*. Kebanyakan masyarakat sudah mulai hidup *modern* dan *digital*, mereka meninggalkan belanja secara *tradisional* dengan cara membeli kebutuhan di pasar dan tempat-tempat yang menyediakan kebutuhan yang mereka cari. Dengan kemajuan dan kemudahan pada saat ini masyarakat bisa membeli secara *online*, kita dapat mengakses kebutuhan yang kita cari di *internet* secara *online*. Tidak sedikit kita bisa menjumpai tempat-tempat atau tokoh *online shop* yang menjual pakaian bekas pada saat ini, hal ini menunjukkan semakin diterimanya pakaian bekas di kalangan masyarakat kita. Hal ini juga membantu perekonomian dan membuka lapangan pekerjaan terhadap masyarakat, selain kita bisa mengakses atau membeli pakaian bekas secara *online* dan *offline*. Kita bisa mencari pakaian bekas di *event-event* yang sering kita jumpai di *mall* ternama khususnya di kota Surabaya, yang menjadi pusat tempat penjualan pakaian bekas ini yaitu di Sutos. Setiap beberapa bulan di Sutos mengadakan *event* yang sebagian besar menjual pakaian dan barang-barang bekas. Sutos termasuk salah satu mall besar di Surabaya. Kita disana bisa menemukan berbagai macam barang bekas dan pakaian bekas, tidak hanya pakaian bekas melainkan juga banyak barang-barang *antik* dan sepatu bekas yang bisa kita dapat. *Event* atau acara ini sudah dikenal di lingkungan masyarakat kota Surabaya, masyarakat kota Surabaya biasa menyebutnya dengan “*Sunday Market*”.

Masyarakat kita banyak yang lebih memilih untuk membeli pakaian *second* namun original khususnya para mahasiswa, mahasiswa biasanya lebih selektif di dalam membeli pakaian yang mereka pakai untuk setiap harinya. Pada era *Globalisasi* saat ini kita akan banyak menemukan para remaja ataupun mahasiswa yang menjual belikan pakaian bekas tanpa rasa malu. Karena mereka lebih memilih untuk memakai barang *original* daripada membeli barang baru namun *kw*. Di dalam

masyarakat sendiri hal ini masih sangat tabu untuk kita dengar, biasanya para mahasiswa dan remaja ini membeli pakaian bekas karena kualitas dan harganya yang lebih murah. Namun ada satu alasan lagi karena mereka membeli pakaian bekas, yaitu karena barangnya *limited* atau sudah tidak diproduksi lagi. Sebagian masyarakat mendengar kata pakaian bekas pasti langsung berfikir kotor dan negatif, tapi ada juga suatu kelompok kecil yang mengkonsumsi pakaian bekas ini. Mereka akan dengan bangga jika mendapatkan barang *limited*.

Masyarakat kita pada saat ini sangat menyukai produk-produk atau *brand* merek dagang dari luar negeri, mereka akan lebih menerima ketika produk atau *brand* tersebut sangat terkenal. *Brand* lokal dalam negeri Indonesia akan kalah jika bersaing dengan brand luar, masyarakat kita akan sangat dengan mudah menerima brand luar. Hal ini tidak luput dari peran *media massa*. Sebenarnya untuk masalah kualitas bahan kita tidak kalah dengan produk atau *merk* luar seperti *Adidas*, *Nike*, *Gucci*, dan lain sebagainya. Kebanyakan masyarakat kita akan dengan mudah meniru membuat brand yang terkenal lalu menjualnya kembali secara ilegal tanpa persetujuan brand yang mereka tiru, ini yang disebut dengan *kw* membuat dan meniru *merk* dari luar negeri tanpa persetujuan terlebih dahulu. Untuk sebagian masyarakat khususnya para mahasiswa lebih berorientasi kepada product *original*. Mereka rela membeli pakaian atau barang bekas daripada membeli barang *kw*, karena menurut mereka *product lokal* sangat kurang diperhatikan dalam hal pemasaran dan kualitas barang atau pakaiannya. hal ini menyebabkan para mahasiswa lebih suka membeli pakaian bekas yang sangat jelas kualitasnya. Pakaian bekas sudah sangat jelas di dalam *merk* dan kualitasnya.

Di Surabaya sendiri ada beberapa tempat yang menjual pakain bekas, diantara lain yaitu Tugu Pahlawan atau yang di kenal masyarakat Surabaya dengan sebutan TP pagi dan di pasar Gembong. Di pasar tersebut kita dapat menemukan bermacam-macam jenis pakaian yang bisa di beli oleh pendatang yang ingin mencari pakaian bekas ataupun barang-barang bekas lainnya. Mulai dari jenis pakaian yang tidak bermerek sampai yang bermerek di perdagangkan di pasar tersebut. Masyarakat di Surabaya sendiri sudah tidak asing dengan keberadaan pedagang pakaian bekas di pasar Tugu Pahlawan dan Gembong. Karena keberadaan

pasar pakaian bekas ini sudah menjadi hal yang populer bagi masyarakat kota Surabaya, tempat ini sudah sejak lama menjual pakaian bekas. Kita bisa menjumpai deretan penjual pakaian bekas di pasar Tugu Pahlawan dan Gembong pada pagi hari sampai dengan sore hari. Karena pasar Gembong buka setelah pasar di Tugu Pahlawan ini tutup yaitu pada pukul 10:00 – 16:00. Penjual pakaian bekas di Tugu Pahlawan hanya beroperasi pada pagi hari setiap hari minggu mulai pukul 06.00 hingga pukul 10.00 WIB. Sedangkan, penjual pakaian bekas di Pasar Gembong beroperasi setiap hari mulai pukul 10.00 pagi hingga pukul 16.00 WIB. Penjual pakaian bekas di Tugu Pahlawan Pagi rata-rata adalah penjual yang sama dengan penjual di Pasar Gembong.

Dari sekilas gambaran tentang fenomena mengkonsumsi pakaian bekas di jaman sekarang, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Perilaku Konsumsi Mahasiswa dalam Memilih dan Menggunakan Pakaian Bekas. Budaya mengkonsumsi pakaian bekas pada saat ini sangat populer di kalangan mahasiswa, mereka tidak hanya mengkonsumsinya namun ada juga yang memperdagangkan pakaian bekas. Hal ini sering kita temui di kalangan mahasiswa, mereka tidak malu menjual belikan pakaian bekas mereka karena ini sudah menjadi *tren* di kalangan mahasiswa untuk selalu tampil *up-to-date* di dalam kelompoknya. Berdasarkan pertimbangan tersebut, peneliti hendak melihat bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa dalam memilih dan menggunakan pakaian bekas.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijabarkan sebelumnya mengenai fenomena konsumsi pakaian bekas, peneliti ingin mendeskripsikan “bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa dalam memilih dan menggunakan pakaian bekas?”

1.3 Tujuan penelitian

Penyusunan skripsi ini berpedoman pada tujuan untuk memberi penjelasan mengenai;

Untuk mengetahui perilaku konsumsi pakaian bekas di kalangan mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang akan diperoleh diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritik, akademis maupun praktis, yaitu :

1.4.1 Manfaat Teoritik

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan fenomena konsumsi pakaian bekas pada kalangan mahasiswa.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian untuk menganalisis berkaitan dengan fenomena konsumsi pakaian bekas pada kalangan mahasiswa.

1.4.2 Manfaat Akademis

1. Hasil penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman terkait dengan fenomena konsumsi pakaian bekas
2. Penelitian ini dibuat agar mahasiswa dapat mengaitkan fenomena sosial yang ada di dalam masyarakat dengan teori yang relevan, khususnya fenomena konsumsi pakaian bekas.

1.4.3 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penulisan ini adalah untuk memberikan informasi yang sebanyak-banyaknya baik bagi penulis maupun pihak lain yang membaca hasil penelitian tentang fenomena konsumsi pakaian bekas di kalangan mahasiswa.

1.5 Kerangka Teori Konsumsi Jean Baudrillard

Konsumsi Jean Baudrillard

Pada masa sekarang ini masyarakat kita mulai memasuki zaman post-modernisme. Yang sesungguhnya adalah sebuah zaman di mana yang namanya keinginan dan kebutuhan telah menjadi sesuatu yang *adiktif* yang merekat dan tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan masyarakat *modern*. Ketika masyarakat lebih mengedepankan gengsi daripada kebutuhan pokok, masyarakat semakin dimudahkan dengan berbagai fasilitas yang mendukung untuk masyarakat menjadi

lebih konsumtif, hal ini juga semakin diperhitungkan oleh sebuah *industry* dari merek-merek yang membuka toko-toko mereka di berbagai sudut kota-kota besar.

Jean Baudrillard mengatakan, logika social konsumsi tidak akan terfokus pada pemanfaatan nilai guna barang dan jasa oleh individu, namun terfokus pada produksi dan manipulasi sejumlah penanda social (Ritzer, dalam Baudrillard, 2006:xxii). Konsumsi dalam pandangan Jean Baudrillard (1970), dilihat bukan sebagai kenikmatan atau kesenangan yang dilakukan masyarakat secara bebas dan rasional, melainkan sebagai sesuatu yang terlembagakan, yang dipaksakan kepada masyarakat, dan seolah merupakan suatu tugas yang tidak terhindarkan. Jean Baudrillard, mencirikan masyarakat konsumen sebagai masyarakat yang di dalamnya terjadi pergeseran logika dalam konsumsi, yaitu dari logika hasrat, yaitu bagaimana konsumsi menjadi pemenuhan akan tanda-tanda. Dengan kata lain, orang tidak lagi mengkonsumsi nilai guna produk, tetapi nilai tandanya (Piliang, dalam Adlin, 2006: 398).

Dalam pandangan Baudrillard, yang dikonsumsi masyarakat sesungguhnya adalah tanda (pesan,citra) daripada komoditas itu sendiri. Artinya, komoditas tidak lagi didefinisikan berdasarkan kegunaannya, melainkan berdasarkan atas dasar apa yang dimaknai masyarakat bukan dalam pengertian apa yang mereka lakukan, namun lebih pada hubungan masyarakat dengan seluruh system komoditas dan tanda. Baudrillard membuktikan bahwa yang dikonsumsi sesungguhnya adalah tanda atau semata hanyalah citra, bukan kemanfaatan komoditas yang dibelinya.

Apa yang dikonsumsi masyarakat, pada dasarnya bukanlah objek, melainkan tanda. Konsumsi merupakan sebuah system aksi dari manipulasi tanda, sehingga mengkonsumsi objek tertentu menandakan bahwa kita sama dengan orang lain yang mengkonsumsi objek tersebut, dan di saat yang sama kita berbeda dengan orang yang mengkonsumsi objek yang lain. Hal ini yang disebutkan oleh Baudrillard sebagai kode, yang kemudian apa yang kita seharusnya konsumsi dan apa yang tidak kita konsumsi. Jadi, ketika masyarakat memiliki penghasilan lebih dan kemudian mengkonsumsi sesuatu, sesungguhnya yang terjadi bukanlah sebuah kebebasan, karena yang terjadi adalah masyarakat tidak membeli apa yang mereka

butuhkan, tetapi membeli apa yang kode sampaikan kepada kita tentang apa yang kode sampaikan kepada kita tentang apa yang seharusnya dibeli.

Dalam masyarakat konsumen yang dikontrol oleh kode, hubungan manusia ditransformasikan dalam hubungan dengan objek, terutama konsumsi objek (Ritzer, 2003: 139). Objek-objek yang dikonsumsi masyarakat tidak memiliki makna dalam kaitan dengan kegunaan dan keperluannya, dan juga tidak memiliki makna objek berasal dari perbedaan hubungannya dengan atau objek lain. Dengan kata lain, ketika sebuah komoditas dikonsumsi seseorang, maka yang terjadi sesungguhnya adalah gaya ekspresi dan tanda, prestise, kemewahan, kekuasaan, dan lain sebagainya (Kellner, 1994:4). Kode, dalam pandangan Baudrillard pada dasarnya adalah dasar dominasi dan eksploitasi bentuk kedua yang dikembangkan kekuatan kapital untuk memperbesar laba dan memanipulasi selera pasar.

Pada hakekatnya masyarakat tidak pernah akan terpuaskan untuk terus menerus mengkonsumsi, sehingga kebiasaan semacam ini akan terus melahirkan masyarakat yang konsumtif. Hal ini dilakukan secara terus-menerus oleh masyarakat yang bukan hanya bertujuan untuk mencari kenikmatan dan manfaatnya saja, melainkan bertujuan untuk mendapatkan perbedaan dan status sosial dikalengannya. Pada zaman post-modernisme, masyarakat yang memutuskan membeli dan mengkonsumsi sesuatu, yang menjadi pertimbangan bukanlah apakah sesuatu itu berguna atau tidak, tetapi yang penting adalah makna apa yang melekat pada sesuatu itu. Tidak sedikit masyarakat lantas menjadi *konsumtif* dalam artian mengkonsumsi tanpa henti, rakus dan serakah, karena kebutuhannya seolah tidak pernah terpuaskan akibat pemikiran mereka sendiri yang selalu ingin tampil beda.

1.6 Metode Penelitian

Metodologi penelitian di sini berfungsi untuk menjelaskan bagaimana cara peneliti dalam mengumpulkan data, dan mengolah data, sehingga dapat menganalisis data yang didapatkan dari lapangan dan merancang laporan penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Di mana metode ini merupakan metode yang mengungkap realitas tidak

hanya dalam tataran makro (luas), namun dalam tatanan mikro (sempit). Penelitian ini berupaya menggali mengenai suatu kasus yang di temukan oleh penulis yaitu fenomena tentang mahasiswa yang mengkonsumsi pakaian bekas. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami subjek seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan nilai-nilai secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan Bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode alamiah.

Metode kualitatif ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata. Selain itu menurut Jane Richie adalah sebagai upaya untuk menyajikan dunia sosial dan perspektifnya didalam dunia dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang di teliti. Secara garis besar bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, tindakan dan lainnya secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sehingga dari definisi tersebut metode kualitatif adalah metode yang dapat digunakan dalam penelitian ini.

1.6.1 Paradigma

Penelitian ini menggunakan Paradigma definisi sosial ialah cara pandang yang menekankan bahwa realitas sosial bersifat subjektif. Eksistensi realitas sosial tidak terlepas dari individu sebagai aktor yang melakukan suatu tindakan. Struktur sosial dan institusi sosial dengan demikian dibentuk oleh interaksi individu.

1.6.2 Setting Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi penelitian di Surabaya. Lokasi yang dipilih oleh informan merupakan wilayah yang cukup banyak terdapat mahasiswa yang mengkonsumsi dan membeli pakian bekas. Peneliti menentukan lokasi yang akan digunakaan sebagai objek penelitiannya karena

Surabaya merupakan kota yang memiliki kemajuan pesat dan mudah menerima perubahan dalam bentuk apa saja. Meningkatnya pertumbuhan penduduk, dan tingginya arus urbanisasi di Surabaya menjadi salah satu faktor utama penyebab terjadinya berbagai fenomena. Begitu juga yang terjadi di kota besar seperti Surabaya. Surabaya pun mempunyai banyak tempat-tempat yang menjual pakaian bekas yang bisa kita temui dan terdapat komunitas-komunitas konsumen pakaian bekas..

Sehingga perkembangan pakaian bekas di Surabaya terlihat di kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini, peneliti melihat mulai bermunculannya para mahasiswa yang mengkonsumsi pakaian bekas yang berani dan tidak malu lagi untuk membeli pakaian bekas.

Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju pada saat ini, para masyarakat atau mahasiswa ini sekarang ada beberapa yang mulai meninggalkan pasar tradisional. Para mahasiswa biasanya juga mencari pakaian bekas di toko-toko online shop, kebanyakan para mahasiswa ini mencari pakaian bekas di instagram dan facebook. Karena menurut mereka lebih mudah diakses dan ada tampilan katalognya (pilihan) sehingga lebih efisien dan bias diakses dimana saja jika kita ingin membeli pakaian bekas.

1.6.3 Penentuan Subjek Informan

Informan adalah seseorang yang dipilih oleh peneliti untuk memberikan informasi kepada peneliti dalam proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian juga tidak bisa langsung dengan mudah memilih subjek informan, karena dianggap belum atau kurang memenuhi kriteria yang peneliti sudah tentukan. Subjek informan yang sudah peneliti tentukan, selanjutnya akan diwawancarai oleh peneliti yang diawali dengan perkenalan diri, bahasa juga mempengaruhi awal perkenalan pada informan (Spradley, 1997).

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Dalam teknik ini pengambilan sampel sumber

data dengan pertimbangan tertentu yakni sumber data dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan oleh peneliti, sehingga mempermudah peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang sedang diteliti oleh peneliti, yang menjadi kepedulian dalam pengambilan sampel penelitian kualitatif adalah mendapatkan keragaman variasi data yang ada, bukan pada banyak sampel sumber data.

Untuk selanjutnya peneliti menarik subjek yang sesuai dengan fokus penelitian. Adapun kriteria khusus subjek yang sesuai dengan penelitian, yaitu:

1. Subjek berjenis kelamin laki-laki.
2. Subjek merupakan mahasiswa
3. Subjek berdomisili di Surabaya.
4. Subjek merupakan pengguna pakaian bekas.
5. Subjek bersedia diwawancara terkait fokus penelitian.

Kriteria khusus untuk menentukan subjek sangat dibutuhkan untuk menentukan hasil dari penelitian ini.

Peneliti menemukan keenam informan yang sangat cocok untuk penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti, keenam mahasiswa ini masuk dalam katergori yang peneliti cari dan mereka bersedia untuk diwawancari oleh peneliti. Keenam mahasiswa yang masuk dalam kategori peneliti ini mempunyai beragam latar belakang, peneliti menemukan keenam mahasiswa ini melalui observasi ditempat yang sedang peneliti teliti antara lain di pusat perbelanjaan pakaian bekas yang berlokasi di Surabaya. Keenam subjek mahasiswa ini adalah mahasiswa di kota Surabaya, mereka berasal dari bermacam-macam kampus di Surabaya, ada yang sedang menempuh perkuliahan di Universitas Negeri dan Universitas Swasta di kota Surabaya.

Peneliti menentukan informan dengan cara melakukan observasi berulang kali agar dapat menentukan subyek yang dirasa cocok dengan yang dicari oleh peneliti. Peneliti melakukan observasi di

sekitar pasar TP pagi dan pasar Gembong, peneliti tidak langsung menentukan informan. Peneliti mencoba melakukan pendekatan-pendekatan terlebih dahulu terhadap subjek yang akan diwawancarai oleh peneliti, dalam menentukan subjek peneliti turut ikut serta dalam memilih pakaian bekas, dan suka dukanya dalam pembelian pakaian bekas. Setelah dianggap subjek yang ditentukan adalah yang sesuai dengan kriteria peneliti, peneliti mulai mendekati subjek untuk melakukan wawancara mendalam atau yang biasa kita sebut dengan in-depth interview. Pada awalnya beberapa subjek tidak mau untuk diwawancarai, namun dengan penjelasan yang peneliti sampaikan, subjek yang telah dipilih dan masuk dalam kategori yang peneliti tentukan subjek pun mau untuk diwawancarai.

Daftar susunan keenam informan sebagai berikut;

No	Nama	Usia	Lama Menggunakan Pakaian Bekas
1	NR	23	NR mulai mengkonsumsi pakaian bekas sejak duduk di bangku sekolah menengah atas (6 tahun).
2	P	25	P mulai mengkonsumsi pakaian bekas sejak duduk di bangku perkuliahan (6 tahun).
3	DT	22	DT mulai mengkonsumsi pakaian bekas sejak duduk di bangku sekolah menengah atas (5 tahun).
4	T	22	T mulai mengkonsumsi pakaian bekas sejak duduk di bangku perkuliahan (4 tahun).
5	I	22	I mulai mengkonsumsi pakaian bekas sejak duduk di bangku perkuliahan (5 tahun).
6	D	21	D mulai mengkonsumsi pakaian bekas sejak duduk di bangku sekolah menengah atas (4 tahun).

Tabel 1.1 Daftar Susunan Keenam Informan

1.6.4 Observasi

Observasi yang dilakukan oleh peneliti ini dilakukan yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku subjek informan dalam penentuan pemilihan konsumsi pakaian bekas, yang menggambarkan tentang keadaan yang ingin diteliti, untuk menjelaskan dan mendeskripsikan tentang temuan data yang ingin peneliti teliti.

Peneliti ikut serta dengan kegiatan belanja pakaian bekas subjek informan yang sedang diamati oleh peneliti, selain itu peneliti juga melakukan pengamatan dan peneliti ikut melakukan kegiatan mencari pakaian bekas yang dikerjakan oleh sumber informan. Bagaimana cara memilih pakaian bekas yang *branded* dan cara tawar-menawar dalam setiap pembelian pakaian bekas. Peneliti ikut merasakan bagaimana cara subjek dalam pemilihan dan membeli pakaian bekas. Dengan seperti ini peneliti akan memperoleh data yang lebih lengkap tentang kegiatan subjek informan.

Setting tempat yang peneliti pilih adalah di kota Surabaya, khususnya yang berada di Tugu pahlawan dan Pasar Gembong Tebasan. Alasan peneliti memilih kedua tempat tersebut karena, kedua tempat tersebut sesuai dengan latar belakang yang sedang diteliti oleh peneliti. Kedua tempat tersebut sangat terkenal di kalangan orang-orang di Surabaya, setiap paginya di Tugu Pahlawan terdapat banyak sekali penjual lapak pakaian bekas yang peneliti temui dan pada siang harinya peneliti melakukan observasi ditempat kedua yaitu pasar Gembong Tebasan. Peneliti melakukan observasi selama beberapa minggu untuk menemukan subyek yang dicari oleh peneliti. Peneliti melakukan pendekatan terhadap sasaran subyek yang dirasa cocok untuk penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti. Suka-duka yang dialami peneliti selama melakukan observasi ini adalah peneliti tidak dapat mewawancarai informan ini secara langsung, dibutuhkan pendekatan terlebih dahulu dengan cara ikut subyek membeli dan memilih pakaian bekas, sehingga peneliti menemukan sebuah pengalaman baru yang belum pernah peneliti rasakan. Kebanyakan para subyek sudah mengenal para penjual dilokasi ini karena mereka hampir tiap minggu datang ke lokasi, tidak setiap minggu mereka

mendapatkan pakaian atau barang yang mereka cari disini. Namun ada beberapa subyek yang memang datang ke sini untuk mencari pakaian bekas untuk dijual kembali oleh mereka. Beberapa dari mahasiswa kebanyakan ada yang membeli pakaian bekas sebagai mata pencaharian untuk dijual kembali dengan harga yang lebih tinggi.

1.6.4.1 Manfaat Observasi

Menurut Patton dalam Nasution (1988), dinyatakan bahwa manfaat observasi adalah sebagai berikut.

1. Dengan observasi di lapangan peneliti akan lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial, jadi akan dapat diperoleh pandangan yang holistik atau menyeluruh.
2. Dengan observasi maka akan diperoleh pengalaman langsung, sehingga memungkinkan peneliti menggunakan pendekatan induktif, jadi tidak dipengaruhi oleh konsep atau pandangan sebelumnya. Pendekatan induktif membuka kemungkinan melakukan penemuan atau *discovery*.
3. Dengan observasi, peneliti dapat melihat hal-hal yang kurang atau tidak diamati orang lain, khususnya orang yang berada dalam lingkungan itu, karena telah dianggap “biasa” dan karena itu tidak akan terungkap dalam wawancara.
4. Dengan observasi, peneliti dapat menemukan hal-hal yang sedianya tidak akan terungkap oleh responden dalam wawancara karena bersifat sensitif atau ingin ditutupi karena dapat merugikan nama lembaga.
5. Dengan observasi, peneliti dapat menemukan hal-hal yang di luar persepsi responden, sehingga peneliti memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.
6. Melalui pengamatan di lapangan, peneliti tidak hanya mengumpulkan data yang kaya, tetapi juga memperoleh kesan-kesan pribadi, dan merasakan suasana situasi sosial yang diteliti.

1.6.5 Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam yaitu yang biasa disebut dengan *indepth interview*. Pada tahap ini peneliti melibatkan antara peneliti dengan informan dengan percakapan yang dilakukan terkait dengan topik pola perilaku konsumsi pakaian bekas di kalangan mahasiswa di Surabaya. Pada tahap wawancara peneliti melakukan persiapan tentang daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada informan. Wawancara ini dilakukan agar data yang diperoleh peneliti bersifat objektif dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Salah satu yang penting dalam tahap wawancara adalah bahasa yang juga akan mempengaruhi dalam proses awal pada perkenalan pada informan (Spradley, 1997).

Dalam melakukan *indepht interview*, peneliti harus mampu menciptakan suasana agar wawancara berjalan dengan baik dan informan mampu memberikan informasi yang valid. Kerena keterbukaan antara peneliti dan informan pula wawancara bisa dilakukan tanpa ada rasa canggung dan santai. Meskipun ada pedoman wawancara peneliti juga berhati-hati ketika memberi pertanyaan kepada informan agar tidak menyinggung perasaan informan.

Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (peneliti) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (subjek) yang memberi jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2000: 186). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara dengan menggunakan petunjuk umum wawancara, jenis wawancara ini mengharuskan pewawancara membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang dinyatakan dalam proses-proses yang direncanakan dapat tercakup seluruhnya (Moleong, 2000: 136).

Dalam proses ini peneliti menjelaskan tentang tujuan penelitian untuk proses penyelesaian tugas akhir yaitu skripsi, setelah menjelaskan maksud dan tujuan dari penelitian. Peneliti mulai menjelaskan tentang apa saja yang akan ditanyakan. Dalam proses tanya jawab peneliti menggunakan *handphone*

sebagai alat untuk merekam percakapan dialog yang dilakukan oleh peneliti dan sumber informan.

Wawancara dilakukan dengan menyesuaikan waktu dengan jadwal informan. Wawancara dilakukan dengan berusaha tidak memberatkan informan dengan mengganggu kegiatan mereka dari pekerjaan. Proses wawancara dilakukan secara bertahap perlahan-lahan agar tidak mengganggu dan mengusik kenyamanan dari informan, pada akhirnya menuntun peneliti mendapatkan hasil data yang sesuai dengan penelitian skripsinya.

1.6.6 Literatur

1.6.6.1 Buku

Pada tahap literature buku menjadi sumber informasi dan referensi peneliti sebagai penunjang dari kelengkapan data yang diambil dari buku, hal tersebut dilakukan guna melengkapi data dan informasi sehingga diperoleh analisis data yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Pengumpulan referensi-referensi buku dilakukan sesuai dengan tema dan fokus permasalahan penelitian. Literature ini juga bermanfaat bagi peneliti, sebab peneliti mendapat informasi yang lebih luas mengenai fenomena konsumsi pakaian bekas yang terjadi di kalangan mahasiswa, sehingga wawasan tersebut dapat menjadi data pendukung atau data utama ketika pembahasan atau analisis permasalahan ini dilakukan. Peneliti mengangkat penelitian tentang konsumsi pakaian bekas, mulai dari proses pembelian pakaian bekas, memilih pakaian bekas yang bagus dan lagi trend pada saat ini.

1.6.6.2 Studi Terdahulu

Penelitian tentang konsumsi pakaian bekas sudah banyak dilakukan, namun penelitian saya berbeda dengan penelitian sebelumnya. Contoh-contoh studi terdahulu tentang konsumsi pakaian bekas :

1. Skripsi ditulis oleh, Maria Stefani Putri Rizky. Yang berjudul, Pakaian sebagai komunikasi (pakaian baju bekas impor sebagai media untuk mengkomunikasikan identitas sosial).

Yang ditulis pada tahun 2012.

Penelitian ini berisi tentang :

Fashion, pakaian, dan baju sudah menjadi bagian penting dari gaya tren keseharian kita. Tidak dapat dipungkiri, dalam keseharian seseorang. Fashion, pakaian, dan baju berperan lebih dari fungsinya melindungi tubuh bagi pemiliknya. Dalam penelitian ini, penulis mengkaji bagaimana fenomena budaya pemakaian baju bekas impor dan proses komunikasi berjalan banyak tentang identitas pemakainya.

Pada penelitian ini penulis mencoba menggambarkan pemahaman yang lebih dalam tentang peran dan makna baju bekas impor bagi pemakai dan orang lain yang melihatnya. Dalam penelitian ini penulis mencoba membuktikan bahwa pakaian bisa menunjukkan siapa pemakainya, pakaian yang kita kenakan seringkali membuat pernyataan tentang diri kita, bahkan ketika ada orang yang kita kenakan seringkali membuat pernyataan tentang diri kita, bahkan ketika ada orang seringkali membuat pernyataan tentang diri kita, bahkan ketika ada orang yang tidak peduli dengan penampilannya, orang lain yang berjumpa dan berinteraksi dengannya akan menafsirkan hal tersebut menjadi suatu pesan. Hal itu membawa penulis dalam penelitian ini pada fungsi komunikasi dan non komunikasi dari baju bekas impor dalam kehidupan sehari-

hari pemakainya, sehingga baju bekas impor dapat mengkonsumsi identitas sosial pemakainya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian etnografi dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif, serta mengambil data melalui proses observasi, partisipasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap informan pemakaian baju bekas impor yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini adalah pemakaian baju bekas impor yang sudah lama dan konsisten menggunakan baju bekas impor, dan selebihnya menggunakan baju bekas impor untuk mengkomunikasikan identitasnya.

Dari hasil observasi, partisipasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan penulis dalam penelitian ini tampak bahwa adanya fungsi penggunaan baju bekas impor sebagai media untuk mengkomunikasikan identitas sosial pemakainya. Walaupun dia persamaan memakai baju bekas impor pada informan sebagai media dalam mengkomunikasikan identitas sosialnya, terdapat perbedaan dalam dalam esensi gaya berpakaian dan penyampaian identitas sosialnya.

2. Skripsi ditulis oleh, Monita Nur Fitriani Tambulana, yang berjudul Tren mengkonsumsi pakaian bekas di kalangan mahasiswi di Yogyakarta.

Yang ditulis pada tahun 2013.

Penelitian ini berisi tentang, pakian bekas awalnya identik dengan konsumsi kelas bawah, harganya yang murah dan kondisinya yang bekas membatasi orang untuk mengkonsumsinya. Namun ternyata tidak selalu hanya kelas bawah yang mengkonsumsi pakaian bekas, kelas atas juga mengkonsumsi pakaian dengan berbagai alasan yang melatarbelakanginya. Mahasiswi sebagai subjek dalam

penelitian ini memiliki alasan tersendiri mengapa mereka memilih untuk mengkonsumsi pakaian bekas.

Pakaian bekas sering kan dipandang sebelah mata bila disandingkan dengan pakaian baru. Pandangan ini berdampak pula pada citra buruk si pemakai sehingga tidak banyak orang yang tertarik untuk mengkonsumsi pakaian bekas salah satunya juga karenatakut tertular penyakit dari pemilik sebelumnya. Namun fenomena yang unik yaitu pakaian bekas ternyata mendapatkan penggenmarnya yaitu mahasiswi. Pakaian bekas semakin populer dengan kehadiran bazar garage sale dan butik second. Apa faktor yang melatarbelakangi mahasiswi dalam mengkonsumsi pakaian bekas serta bagaimana mahasiswi memaknai konsumsi pakaian bekas bagi dirinya menjadi pertanyaan yang akan di jawab dalam penelitian ini. Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan analisis deskriptif.

Penelitian ini menggunakan kerangka teori masyarakat konsumsi dari Jean Baudrillard. Masyarakat di era modern ini digerakkan oleh basis konsumsinya. Konsumsi menjadi lebih penting daripada produksi. Konsumsi bukan hanya didorong atas kebutuhan semata namun barang-barang menjelma sebagai objek konsumsi yang di dalamnya menyimpan kode yang menuntun masyarakat untuk membeli atau tidak membelinya. Kerangka teori yang kedua adalah teori tentang *fashion* yang dibilang oleh Simmel. Simmel menjelaskan bahwa *fashion* ada karena proses meniru yang berlangsung terus menerus.

Mahasiswi memaknai konsumsinya atas pakaian bekas sebagai bentuk gaya hidup atas tren fashion tertentu. Pakaian bekas dipilih karena faktor kualitas serta kuantitas. Faktor kualitas meliputi, pakaian bekas yang tidak pasar, bahannya

yang berkualitas, modelnya yang sesuai dengan tren, sedangkan dari segi kuantitas yang dipertimbangkan adalah banyaknya pakaian yang diperoleh dengan harga yang murah. Teman bermain dan media massa menjadi media yang berperan dalam mengenalkan pada mereka atas konsumsi pakaian bekas. Pola konsumsi pakaian bekas menjelma sebagai objek konsumsi yang dicari oleh mahasiswi sebagai cara pemenuhan atas kebutuhan sandang atau sebagai cara menciptakan gaya hidup melalui tren tertentu.

Konsumsi atas pakaian bekas tidak terbatas untuk mereka yang tidak mampu, nyatanya mahasiswi dari keluarga yang tergolong mampu juga mengkonsumsi pakaian bekas dengan alasan mereka. Pakaian bekas dengan keunikannya, mereknya, serta harganya yang murah menarik perhatian mahasiswi. Mengkonsumsi pakaian bekas bukan masalah bagi mahasiswi meskipun beberapa orang masih menganggapnya sebagai hal yang tidak wajar. Respon positif dari teman-teman menjadi faktor pendorong bagi mahasiswi untuk kembali mengkonsumsi pakaian bekas. Penelitian ini mengungkap kenyataan bahwa meskipun pakaian bekas dipandang negatif namun tetap digemari oleh segelintir anak muda

3. Skripsi ini ditulis oleh, Arik Dwiyantori. Yang berjudul, Fenomenologi gaya hidup mahasiswa unesa pengguna pakaian bekas

Yang ditulis pada tahun 2014.

Penelitian ini berisi tentang, pakaian bekas masih sering dianggap tabu oleh sebagian masyarakat karena mempunyai dampak negatif, sehingga tidak banyak masyarakat menggunakannya. Pakaian bekas semakin populer dengan kehadiran sebuah *'garage sale'* dari toko pakaian bekas atau toko online. Di dalam penelitian ini, penulis

menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor yang melatarbelakangi mahasiswa unesa dalam penggunaan pakaian bekas. Penelitian ini juga menjelaskan bagaimana mahasiswa unesa memaknai penggunaan pakaian bekas dan cara gaya hidup yang dikembangkan oleh mahasiswa unesa sebagai pengguna pakaian bekas. Penelitian ini menggunakan penelitian

kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Di dalam pendekatan ini terdapat *'because of motive'* dan *'in order to motive'* dari tindakan mahasiswa unesa dalam penggunaan pakaian bekas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa unesa memaknai penggunaan pakaian bekas adalah sebagai gaya hidup dari tren fashion. Mereka memilih pakaian bekas harganya terjangkau, brand ternama, unik, edisi terbatas, bahan berkualitas, menambah koleksi pakaian dan terlihat *fashionable*. Di dalam penggunaan pakaian bekas, mereka dipengaruhi oleh lingkungan keluarga dan sosial, adanya toko-toko pakaian bekas dan media massa. Pakaian bekas menjelma sebagai objek dari pengguna yang dicari oleh mahasiswa UNESA untuk memenuhi kebutuhan sandang mereka dan sebagai gaya hidup mereka.

No.	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Pakaian sebagai komunikasi (pemakaian baju bekas impor sebagai media	Dari hasil observasi, partisipasi, wawancara, dan dokumentasi yang	-subjek penelitian (persamaan masyarakat yang	-penelitian ini menggunakan, metode

	<p>untuk mengkomunikasikan identitas sosial) Disusun oleh : Maria Stefani putri rizky (2012</p>	<p>dilakukan penulis dalam penelitian ini tampak bahwa adanya fungsi penggunaan baju bekas impor sebagai media untuk mengkomunikasikan identitas sosial pemakainya. Walaupun dia persamaan memakai baju bekas impor pada informan sebagai media dalam mengkomunikasikan identitas sosialnya, terdapat perbedaan dalam dalam esensi gaya berpakaian dan penyampaian identitas sosialnya.</p>	<p>mengkonsumsi pakaian bekas)</p>	<p>penelitian etnografi -fokus penelitian -perbedaan teori (identitas sosial)</p>
2.	<p>Tren mengkonsumsi pakaian bekas di kalangan</p>	<p>Mengkonsumsi pakaian bekas bukan masalah bagi mahasiswi meskipun beberapa</p>	<p>-subjek penelitian -fokus penelitian</p>	<p>-metode kualitatif -persamaan teori yang digunakan</p>

	<p>mahasiswa di yogyakarta</p> <p>Ditulis oleh : monita nur fitriani tambulana (2013)</p>	<p>orang masih menganggapnya sebagai hal yang tidak wajar.</p> <p>Respon positif dari teman-teman menjadi faktor pendorong bagi mahasiswi untuk kembali mengkonsumsi pakaian bekas.</p> <p>Penelitian ini menguak kenyataan bahwa meskipun pakaian bekas dipandang negatif namun tetap digemari oleh segelintir anak muda</p>		
3.	<p>Fenomenologi gaya hidup mahasiswa unesa pengguna pakaian bekas</p> <p>Ditulis oleh, arik dwiyantori (2014)</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Unesa memaknai penggunaan pakaian bekas adalah sebagai gaya hidup dari</p>	<p>-subjek penelitian (mahasiswa)</p> <p>-metode penelitian</p>	<p>-fokus penelitian</p> <p>-perbedaan teori yang digunakan</p>

		<p>tren fashion. Mereka memilih pakaian bekas harganya terjangkau, brand ternama, unik, edisi terbatas, bahan berkualitas, menambah koleksi pakaian dan terlihat fashionable. Di dalam penggunaan pakaian bekas, mereka dipengaruhi oleh lingkungan keluarga dan sosial, adanya toko-toko pakaian bekas dan media massa. Pakaian bekas menjelma sebagai objek dari pengguna yang dicari oleh mahasiswa UNESA untuk memenuhi kebutuhan sandang</p>		
--	--	---	--	--

		mereka dan sebagai gaya hidup mereka.		
--	--	--	--	--

Tabel 1.2 Tabel Persamaan dan Perbedaan dengan Skripsi yang ditulis dan Studi
Terdahulu

1.7 Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, akan dilakukan analisis data dengan mengelompokkan data dari hasil wawancara mendalam. Pengelompokan disesuaikan dengan item pertanyaan yang telah dibuat untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Analisis data dapat pula menggunakan data sekunder yang sejenis, baik dari jurnal maupun skripsi dari penelitian lain untuk mendukung penelitian ini.

Analisis data dapat pula menggunakan data sekunder yang sejenis, baik dari jurnal maupun skripsi dari penelitian lain untuk mendukung penelitian ini. Menurut Creswell, terdapat langkah-langkah dalam analisis data, antara lain:

1. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkrip wawancara, scanning materi, mengetik data lapangan, dan menyusun data tersebut ke dalam jenis-jenis yang berbeda, tergantung pada sumber informasi. Dalam hal ini, sebelumnya peneliti sudah membuat pedoman wawancara sebelum menuju lokasi penelitian untuk melakukan wawancara dengan informan yang sesuai dengan kriteria pada penelitian ini. Setelah itu, dilakukan transkrip wawancara yang kemudian bisa digunakan untuk analisis.
2. Membaca keseluruhan data. Langkah ini dilakukan untuk merefleksikan makna secara keseluruhan, seperti gagasan umum yang terkandung di dalam transkrip wawancara, nada gagasan, kesan dari kedalaman, kredibilitas dan penuturan informasi sehingga pada tahap ini peneliti sering kali menulis catatan-catatan khusus dan gagasan umum tentang data yang diperoleh.
3. Menganalisis lebih detail dengan mengkode data. Langkah ini melibatkan beberapa tahap, yaitu mengambil data yang telah dikumpulkan di lapangan kemudian data dimasukkan ke dalam beberapa kategori. Setelah itu, data diberikan label menurut beberapa istilah khusus. Setelah seluruh data terkumpul,

peneliti akan mengelompokkan hasil wawancara dengan tabel kategorisasi yang akan ditampilkan pada bab temuan data.

4. Menerapkan proses koding untuk mendeskripsikan setting, subyek, kategori dan tema yang akan dianalisis. Deskripsi ini melibatkan usaha penyampaian informasi secara detail. Dalam penelitian ini sudah dijelaskan ciri subyek yang akan diteliti begitu pula dengan setting penelitian terkait homoseksual guna mendapatkan data sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditentukan.
5. Menyajikan kembali deskripsi dan tema dalam narasi atau laporan secara kualitatif dengan menerapkan pendekatan naratif dalam menyampaikan hasil analisis yang meliputi kronologi peristiwa, tema tertentu, atau keterhubungan antar tema. Dalam penelitian kualitatif, dapat digunakan pula media visual berupa gambar dan tabel untuk membantu menyajikan pembahasan. Setelah data terkumpul dan telah dikategorisasikan, data kemudian akan ditampilkan dalam bentuk kutipan dengan narasi agar lebih mudah dipahami.
6. Interpretasi atau pemaknaan data. Interpretasi dalam penelitian kualitatif dapat berupa banyak hal yang dapat diadaptasikan untuk jenis rancangan yang berbeda dan dapat bersifat pribadi, berbasis penelitian maupun tindakan. Dalam hal ini, ketika temuan data telah selesai dijabarkan dalam bentuk kutipan dan telah dinarasikan, hasil temuan data tersebut kemudian dapat diinterpretasikan dan dimaknai dengan dasar teori yang sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditentukan.

Teknik analisis data kualitatif terbagi dalam tiga kegiatan, yaitu; Reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan, adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1.7.1 Reduksi Data

Proses ini juga dinamakan sebagai proses transformasi data, yaitu perubahan dari data yang bersifat “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan menjadi data yang bersifat “halus” dan siap pakai setelah dilakukan penyeleksian, membuat ringkasan, menggolongkan ke dalam pola-pola dengan membuat transkrip penelitian untuk mempertegas,

memperpendek, membuat fokus dan kemudian membuang data yang tidak diperlukan dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik dan diverifikasi. Data yang di reduksi antara lain seluruh data mengenai permasalahan penelitian.

1.7.2 Penyajian Data

Setelah data di reduksi, langkah analisis selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data dimaksudkan untuk mempermudah peneliti dalam melihat hasil penelitian. Dengan penyajian data akan dipahami apa yang terjadi, apa yang harus dilakukan dan lebih lanjut lagi menganalisis mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian data tersebut. Penyajian data diarahkan agar data hasil reduksi terorganisaikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga makin mudah dipahami. Pada langkah ini, peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga informasi yang didapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu untuk menjawab masalah penelitian.

Dalam melakukan penyajian data tidak semata-mata mendeskripsikan secara naratif, akan tetapi disertai proses analisis yang terus menerus sampai proses penarikan kesimpulan. Langkah berikutnya dalam proses analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan berdasarkan temuan dan melakukan verifikasi data.

1.7.3 Kesimpulan

Tahap ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai hasil dari penelitian. Dalam tahapan ini menyangkut interpretasi peneliti, yaitu penggambaran makna dari data yang ditampilkan. Peneliti berupaya mencari makna dibalik data yang dihasilkan dalam penelitian, serta menganalisa data dan kemudian membuat kesimpulan.

Sebelum membuat kesimpulan, peneliti harus mencari pola, hubungan, persamaan dan sebagainya yang ada untuk kemudian dipelajari, dianalisa dan disimpulkan. Hal tersebut dilakukan agar data yang diperoleh dan penafsiran terhadap data tersebut memiliki validitas sehingga kesimpulan yang ditarik menjadi kokoh. Penarikan kesimpulan ini merupakan tahap akhir dari pengolahan data.