

**ANALISIS GAYA HIDUP PELAKU *THRIFT SHOPPING* PADA
KALANGAN ANAK MUDA DI BEKASI**

TUGAS AKHIR



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

ADEKA BELLA PERMATA

1191003105

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2023

**ANALISIS GAYA HIDUP PELAKU *THRIFT SHOPPING* PADA
KALANGAN ANAK MUDA DI BEKASI**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Ilmu Komunikasi**



ADEKA BELLA PERMATA

1191003105

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Adeka Bella Permata

NIM : 1191003105

Tanda Tangan : 

Tanggal : 14 Juli 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Adeka Bella Permata

NIM : 1191003105

Program Studi : Ilmu Komunikasi

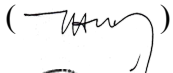
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : Analisis Gaya Hidup Pelaku *Thrift Shopping* Pada
Kalangan Anak Muda di Bekasi

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : N. Rangga Wiwesa, A.Md.Kom., S.I.Kom., M.I.Kom ()

Penguji I : Dra. Suharyanti, M.S.M. ()

Penguji II : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2023

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi yang dibuat penulis berjudul Analisis Gaya Hidup Pelaku *Thrift Shopping* Pada Kalangan Anak Muda di Bekasi bisa dikerjakan dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini dilaksanakan sebagai syarat kelengkapan akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dalam mengerjakan Tugas Akhir ini, akan terasa sangat sulit bagi saya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua Orang Tua Penulis

Terima kasih mama dan papa atas doa dan dukungan yang tidak pernah putus untuk penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

2. N. Rangga Wiwesa, A.Md.Kom., S.I.Kom., M.I.Kom

Terima kasih kepada Mas Rangga selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah mengarahkan dan memberi masukan selama proses penyusunan tugas akhir ini.

3. Dra. Suharyanti, M. S. M.

Terima kasih kepada Ibu Yanti selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie atas ilmu dan pengetahuan yang diberikan selama penulis menjalankan perkuliahan di Universitas Bakrie.

4. Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si

Terima kasih Ms Dian selaku pembahas dalam penelitian ini yang telah memberikan banyak masukan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir dengan baik.

5. Dosen Ilmu Komunikasi

Terima kasih kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas segala ilmu dan pengetahuan yang diberikan sehingga penulis mampu menjalani masa perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

6. Pihak Terkait

Terima kasih kepada para informan dalam penelitian ini yaitu Abyan Hafizh, Klarissa, Christian Putra, Tata Dhekifah Erlambang dan Muhammad Toha yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.

7. Karyawan dan Staff Universitas Bakrie

Terima kasih kepada seluruh karyawan dan staff Universitas Bakrie yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala dedikasi dan bantuan untuk para mahasiswa sehingga setiap prosesnya dipermudah.

8. Pejuang Skripsi

Terima kasih kepada Anida, Andini, Dandy dan teman-teman seperjuangan lainnya yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu. Terima kasih atas segala dukungan, motivasi, dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adeka Bella Permata

NIM : 1191003105

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS GAYA HIDUP PELAKU *THRIFT* SHOPPING PADA KALANGAN ANAK MUDA DI BEKASI

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Juli 2023

Yang menyatakan,



Adeka Bella Permata

ANALISIS GAYA HIDUP PELAKU *THRIFT SHOPPING* PADA KALANGAN ANAK MUDA DI BEKASI

Adeka Bella Permata

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara yang perkembangan fashionnya tidak luput dari pengaruh budaya Barat. Fashion barat yang identik dengan harga yang mahal membuat sebagian orang merasa tidak cukup mampu untuk mengikuti trend fashion tersebut. Maka, demi memenuhi kebutuhan fashion, *trend thrifting* dijadikan alternatif yang digandrungi oleh masyarakat terutama anak muda untuk bisa mendapatkan produk fashion dengan harga terjangkau dan bermerek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup anak muda melalui anak muda dalam kegiatan *thrifting*. Penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen dari Kotler dan Armstrong yang berfokus pada gaya hidup yang menggunakan dimensi AIO (*Activity, Interest, dan Opinion*). Metode penelitian yang digunakan adalah fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup anak muda berkaitan dengan dimensi gaya hidup AIO, dimana pada dimensi *Activity*, anak muda penggemar *thrifting* tadinya senang melakukan *thrifting* di pasar senen dan pasar baru sebelum maraknya *thrifting* di media sosial. Selain itu di dimensi *Interest*, anak muda yang menggemari *thrifting* memiliki minat akan produk *thrifting* baik dari segi model, desain, kualitas, dan harga. Sedangkan pada dimensi *Opinion*, produk *thrifting* dianggap kurang bersih karena bekas, namun hal tersebut tidak menjadi masalah bagi para penggemar *thrifting*. Selain itu ada faktor pembentuk gaya hidup yaitu dari faktor industri gaya hidup, iklan gaya hidup dan *Public Relations & Journalism Gaya Hidup*.

Kata kunci: Anak Muda, Gaya Hidup, *Online Thrift Shop*, Perilaku Konsumen, *Thrifting Shopping*.

LIFESTYLE ANALYSIS OF THRIFT SHOPPING AT YOUTH IN BEKASI

Adeka Bella Permata

ABSTRACT

Indonesia is one of the countries whose fashion development has not escaped the influence of Western culture. Western fashion, which is synonymous with high prices, makes some people feel they are not capable enough to follow this fashion trend. So, in order to meet fashion needs, the trend of thrifting is used as an alternative that is loved by the public, especially young people, to be able to get fashion products at affordable and branded prices. This study aims to find out the lifestyle of young people through @22House_ followers in thrifting activities. This study uses the theory of consumer behavior from Kotler and Armstrong which focuses on lifestyles using the AIO (Activity, Interest, and Opinion) dimensions. The research method used is phenomenology with a qualitative approach. The results of this study indicate that the lifestyle of young people is related to the AIO lifestyle dimension, where on the Activity dimension, young thrifting enthusiasts used to enjoy thrifting at Pasar Senen and Pasar Baru before the rise of thrifting on social media. Apart from that, in the Interest dimension, young people

who like thrifting have an interest in thrifting products in terms of model, design, quality and price. Meanwhile, on the Opinion dimension, thrifting products are considered to be less clean because they are used, but this is not a problem for thrifting enthusiasts. In addition there are lifestyle forming factors, name the lifestyle industry, lifestyle advertising and Public Relations & Lifestyle Journalism.

Keywords: Young People, Lifestyle, Online Thrift Shop, Consumer Behavior, Thrifting Shopping

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Konsep Yang Relevan.....	9
2.1.1 Thrift Shopping.....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.3 Gaya Hidup (Life Style).....	14
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	24
2.3. Model Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Desain dan Pendekatan.....	29
3.2 Objek dan Subjek.....	30
3.3 Pengumpulan Data.....	30
3.3.1 Sumber Data.....	30
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4 Analisis Data.....	32
3.5 Triangulasi Data.....	32

3.6 Operasionalisasi Konsep.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Gambaran Konteks Penelitian.....	35
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	35
4.1.2 Gambaran Subyek Penelitian.....	35
4.2 Penyajian Data.....	38
4.2.1 Gaya Hidup Thrifting Para Kalangan Anak Muda.....	39
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	61
4.3.1 Aktivitas Gaya Hidup Anak Muda Bekasi.....	62
4.3.2 Ketertarikan Anak Muda Bekasi terhadap Thrift Shopping.....	63
4.3.3 Fenomena Thrift Shopping.....	63
4.3.4 Faktor Pembentuk Gaya Hidup.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	66
5.3 Saran dan Implikasi.....	67
5.3.1 Saran Akademis.....	67
5.3.2 Saran Praktis.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	71
DOKUMENTASI.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fashion Thrift..... 4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... 28
Gambar 4.1 Pasar Senen..... 41
Gambar 4.2 Pencarian Tiktok..... 47
Gambar 4.3 Gambaran Style Abyan..... 55
Gambar 4.4 Gambaran Style Putra..... 56
Gambar 4.5 Gambaran Style Klarissa..... 57
Gambar 4.6 Gambaran Style Tata..... 57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Dimensi Gaya Hidup.....	19
Tabel 2.2 Rujukan Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	36