

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan *fashion* seringkali dikaitkan dengan keunikan gaya berbusana di masyarakat. Pemaknaan secara luas *fashion* merupakan gaya hidup, selera, atau kombinasi, yang dipilih oleh individu untuk memberi kenyamanan pada dirinya sesuai dengan kegemaran mayoritas masyarakat. Perkembangan *fashion* juga selalu memiliki kebaruan atau *novelty* yang berubah-ubah untuk dapat diikuti setiap waktu.¹ Kondisi ini lebih menjadi kompleks jika dilihat berdasarkan selera setiap individu yang berbeda satu dengan lainnya. Secara statistik, data menunjukkan bahwa 62,65% masyarakat, khususnya yang berasal dari kalangan generasi muda menyatakan tidak terikat pada suatu *brand* busana tertentu, melainkan generasi muda cenderung untuk mengeksplorasi berbagai *brand* busana yang sedang populer. Riset yang juga dilakukan oleh Diantari (2021) pada generasi Z di Denpasar mengenai tren *fashion* yang menunjukkan bahwa generasi Z cenderung cepat mengikuti *trend* yang sedang populer, terlebih pada desain yang ditawarkan oleh berbagai *brand* produk.²

Data di atas selaras dengan fenomena yang terjadi pada generasi muda di Kota Pontianak. Penulis melihat generasi muda di Kota Pontianak sedang marak menggemari berbelanja di *Thrift Shop*. Alasan umum yang dapat diketahui ialah keinginan mereka untuk mendapatkan pakaian bekas dengan *brands* ternama tetapi dengan harga yang murah dibandingkan harga ketika membeli baru. Selain itu berdasarkan pengamatan awal penulis di sosial media Instagram, banyak ditemui akun *online thrift shop* yang menjual pakaian bekas. Berdasarkan fenomena tersebut dapat diketahui bahwa semakin banyak yang meminati kegiatan membeli pakaian bekas yang sedang populer di kalangan generasi muda.

Sebelum *thrift shop* berkembang, kegiatan berbelanja barang bekas sebenarnya bukan hal yang baru di Kota Pontianak. Masyarakat di Kota Pontianak

¹Tri Yulia Trisnawati. "Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi." *The Messenger*, Vol. III, No. 1, Hal: 36-47.

² Ni Kadek Yuni Diantari. 2021. "Fast Fashion Sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar (Fast Fashion as a Generation Z Lifestyle in Denpasar)." *Seminar Nasional Desain*, Vol. 1, Hal: 1-7.

lebih mengenal kegiatan itu dengan nama *lelong* yaitu kegiatan berbelanja barang bekas.³ Kegiatan tersebut juga terjadi di beberapa kota besar lainnya seperti Batam yang menjadi kota “Surga” bagi barang impor bekas, dan Yogyakarta terkenal dengan Pasar “Klithikan” yang merupakan pasar barang bekas paling diminati oleh masyarakat sekitar.⁴

Thrift Shop terdiri dari 2 kata yaitu “*thrift*” yang berasal dari kata berbahasa Inggris sebagai arti kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk meminimalisir atau mengurangi pengeluaran uang yang berlebihan (pemborosan). Makna lain yang bisa berarti sebagai kegiatan untuk penghematan secara finansial. Sedangkan untuk “*Shop*” merupakan tempat dimana kegiatan membeli barang dilakukan. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa *Thrift shop* dapat diartikan sebagai toko atau tempat belanja barang bekas dengan tujuan penghematan secara finansial. Barang bekas yang dijual terlebih dahulu dibersihkan, dikemas agar terlihat lebih rapi, bersih, dan berkualitas serta memiliki keunikannya sendiri.⁵

Kegiatan berburu pakaian bekas di *thrift shop* memiliki sejarah panjang yang mengalami perubahan makna dari tahun ke tahun. Perkembangan awal berbelanja pakaian bekas dimulai pada abad ke-18 di Eropa yang pada saat itu memasuki masa revolusi industri. Peningkatan produksi industri di berbagai sektor, khususnya pada sektor industri pakaian mengakibatkan harga pakaian sangat murah dan mudah untuk diperoleh. Hal tersebut memberikan dampak pada pola konsumsi masyarakat untuk menggunakan pakaian dalam jangka pendek. Hingga pada tahun 1840-an pola konsumsi pakaian sekali pakai yang berlebihan memberikan dampak pada peningkatan limbah industri pakaian menjadi tidak terkontrol. Pakaian bekas tersebut yang akhirnya dimanfaatkan oleh para imigran sebagai sumber daya untuk

³Ozzy Hafiz. *Asiknya Thrifting di Pontianak, Surga Bagi Pemburu Barang Bekas Branded dengan Harga Miring* diakses dari <https://www.hipwee.com/travel/awul-awul-pontianak/>. Diakses pada tanggal 15 Juni 2021.

⁴Ludiro Madu. *Pelajaran Penting dari Trend Thrifting Pakaian Bekas* diakses dari <https://www.kompasiana.com/ludiro/5fc86f33e32c4779a2697292/pelajaran-penting-dari-trend-thrifting-pakaian-bekas?page=all>. Diakses pada tanggal 15 Juni 2021.

⁵Rivaldi L Saputro. 2018. *Thriftstore Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya)*. Universitas Airlangga: Skripsi Thesis.

bertahan hidup.⁶ Gaya hidup imigran yang menggunakan pakaian bekas, kemudian diadopsi sebagai langkah pencegahan limbah pakaian yang menumpuk.

Sejarah penggunaan pakaian bekas di Amerika tidak berbeda jauh dengan kondisi di Eropa. Kesadaran masyarakat untuk bergantung pada pakaian bekas terjadi karena dampak krisis ekonomi besar-besaran pada tahun 1920-an. Krisis tersebut membuat sebagian besar masyarakat kehilangan pekerjaan dan menurunnya tingkat beli masyarakat. Kondisi ekonomi di tengah masyarakat yang terhimpit mengakibatkan masyarakat harus mampu menekan pengeluaran. Penghematan pun dilakukan dengan membeli pakaian yang masih menjadi kebutuhan sekunder melalui toko-toko barang bekas.⁷ Perilaku masyarakat inilah yang justru memicu tumbuhnya industri jual-beli pakaian bekas di Amerika. Salah satunya Industri pakaian bekas yang muncul dan berkembang adalah Buffalo Exchange. Perusahaan tersebut sukses hingga membuka total cabang mencapai 49 gerai di seluruh wilayah Amerika sejak tahun 1974. Lebih lanjut, budaya *Thrifting* atau budaya membeli pakaian bekas juga semakin populer di Amerika setelah didukung oleh musisi Kurt Cobain. Sebagai *role model* generasi anak muda sekitar tahun 1980an, Kurt Cobain turut mempopulerkan berbelanja pakaian bekas dengan gaya berpakaian yang dia gunakan selama konser.⁸

Setiap orang mungkin memiliki seorang yang diidolakan dalam hidupnya, dan tidak jarang beberapa kelompok orang ini akan meniru sosok yang diidolakannya. Dengan perkembangan teknologi saat ini informasi dapat berkembang dengan pesat, seseorang bisa saja meniru sosok yang diidolakan melalui informasi yang didapat melalui media sosial. Berkembangnya media sosial saat ini memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi tanpa ada batas apapun termasuk untuk menonton, membaca hingga memantau sosok yang diidolakan. Melalui media sosial membantu seseorang untuk tetap *update* mengenai

⁶Athiya Raihana. *Asal-Usul Budaya Thrifting* diakses dari <https://Rtc.Ui.Ac.Id/2020/12/07/Asal-Usul-Budaya-Thrifting/>. Diakses Pada Tanggal 15 Juni 2020.

⁷Khurin. *Perkembangan dan Pertentangan Thrift Shop di Indonesia* diakses dari <https://konsultanku.co.id/blog/perkembangan-dan-pertentangan-thrift-shop-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 15 Juni 2021.

⁸Suci Febriastuti. *Sejarah Thrifting, Dulu Dipandang Negatif Sekarang Populer di Kalangan Anak Muda* diakses dari <https://www.minews.id/kisah/sejarah-thrifting-dulu-dipandang-negatif-sekarang-populer-di-kalangan-anak-muda>. Diakses tanggal 15 Juni 2021.

informasi terbaru sang idola. Khususnya bagi generasi muda saat ini tak jarang menggunakan sosial media untuk mendapatkan informasi terbaru tentang idolanya.

Trend membeli dan menggunakan pakaian bekas di *thrift shop* pada generasi muda di Pontianak saat ini menjadi kajian yang menarik bagi penulis untuk diteliti lebih jauh. Terlebih ketika penulis menemukan hasil wawancara awal dengan lima orang dari generasi muda di Pontianak yang menunjukkan bahwa mereka dapat menghemat hingga 60% dari harga normal jika membeli pakaian di *thrift shop*. Selain mereka dapat menghemat pengeluaran dalam kebutuhan membeli pakaian, kebutuhan untuk mengikuti gaya berpakaian yang sedang menjadi *trend* di kalangan mereka dapat mereka terapkan melalui kegiatan membeli pakaian bekas tersebut. Pakaian merek terkenal dengan kualitas yang baik memang bisa didapatkan dengan murah di *thrift shop*. Adapula alasan mereka membeli pakaian bekas karena mengikuti *trend thrifting* saat ini dan *gaya fashion* dari sosok yang menjadi *role model* atau *influencer* yang mereka ikuti.

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang penulis uraikan di atas, maka penulis tertarik untuk membahas lebih dalam mengenai **“Proses Imitasi Generasi Muda Kota Pontianak dalam Membeli dan Menggunakan Pakaian Bekas.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis di atas, maka dapat disusun rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut: Bagaimana proses imitasi generasi muda di Kota Pontianak dalam membeli dan menggunakan pakaian bekas?

C. Kerangka Konseptual

1. Imitasi

Menurut Soerjono Soekanto (1982: 53), imitasi menjadi bagian dari proses interaksi sosial yang memiliki peranan penting. Imitasi merupakan tindakan menirukan apa yang dilakukan oleh orang lain berupa meniru sikap, tindakan, tingkah laku, karakter atau kebiasaan yang dilakukan seseorang hingga ke gaya hidupnya. Awalnya imitasi diawali di lingkungan keluarga. Seperti seorang anak yang belajar menirukan gaya berbicara ayahnya, kemudian kepergaulan di

masyarakat. Proses imitasi terjadi ketika seseorang mengagumi dan menerima apa yang akan ia tirukan. Imitasi akan menimbulkan dampak positif jika dilakukan secara benar, seperti dengan mematuhi nilai yang berlaku di dalam masyarakat, dan dampak negatif jika tindakan yang dilakukan adalah tindakan yang menyimpang⁹ Berdasarkan pengertian Soekanto, menurut penulis imitasi merupakan suatu tindakan atau proses sosial yang dilakukan oleh seseorang dengan meniru tindakan orang lain dan mengaplikasikan proses tersebut dalam kehidupannya baik tingkah laku, penampilan hingga gaya hidup.

Gabriel Tarde menurut Ishomuddin (dalam Ahmadi, 2005:168) berpendapat bahwa semua orang memiliki kecenderungan yang kuat untuk menandingi (menyamai atau bahkan melebihi) tindakan orang di sekitarnya. Ia berpendapat mustahil bagi dua individu yang berinteraksi dalam kurun waktu yang cukup panjang untuk tidak menunjukkan peningkatan dalam peniruan perilaku secara timbal balik. Perilaku imitasi itu terjadi karena adanya tokoh idola yang dijadikan sebagai model yang ditiru. Ketika keterpesonaan sekedar menjadi sarana melepas diri dari kenyataan menuju impian yang termanifestasikan pada diri seseorang, maka kita masih berada pada wilayah kewajaran.¹⁰

Menurut Tarde (dalam Walgito, 2003: 67), masyarakat itu tiada lain dari pengelompokan manusia dimana individu-individu yang satu mengimitasi dari yang lainnya dan sebaliknya, bahkan masyarakat itu baru menjadi masyarakat sebenarnya apabila manusia mulai mengimitasi kegiatan manusia lainnya. Kata Tarde, *la societe e'est l'imitation* atau yang secara sederhana bisa diartikan bahwa kehidupan sosial adalah imitasi.¹¹

Menurut Gerungan (2004: 64), imitasi bukan merupakan dasar pokok dari semua interaksi sosial, melainkan merupakan suatu segi dari proses interaksi sosial, yang menerangkan mengapa dan bagaimana dapat terjadi keseragaman dalam pandangan dan tingkah laku di antara orang banyak. Dengan cara imitasi, pandangan dan tingkah laku seseorang mewujudkan sikap-sikap, ide-ide, dan adat istiadat dari suatu keseluruhan kelompok masyarakat. Dengan demikian, seseorang itu dapat lebih melebarkan dan meluaskan hubungan-hubungannya dengan orang

⁹ Soerjono Soekanto. 1982. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali, hal. 53.

¹⁰ Abu Ahmadi. 2007. *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Hal. 52.

¹¹ Walgito Bimo. 2003. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.

lain.¹² Terjadinya imitasi menurut Tarde dalam (Gerungan, 2004: 60-66) haruslah memenuhi beberapa syarat, yaitu:¹³

1. Minat – perhatian yang cukup besar akan hal tersebut.
2. Sikap menjunjung tinggi atau mengagumi hal-hal yang diimitasi.
3. Orang-orang juga dapat mengimitasi suatu pandangan atau tingkah laku karena hal itu mempunyai penghargaan sosial yang tinggi. Jadi seseorang mungkin mengimitasi sesuatu karena ia ingin memperoleh penghargaan sosial di dalam lingkungannya.

Pada penelitian ini penulis akan menggunakan konsep imitasi dari Gabriel Tarde. Menurut Tarde, terjadinya imitasi harus memenuhi beberapa syarat yang harus dilalui oleh seseorang sebelum mengimitasi yaitu minat, sikap, penghargaan sosial. Alasan penulis menggunakan konsep dari Tarde karena pada penelitian ini penulis ingin mengidentifikasi proses imitasi apa saja yang terjadi pada generasi muda di Pontianak sebagai faktor yang mendukung tindakan mereka untuk membeli pakaian bekas melalui *Thrift Shop* dan konsep Tarde penulis anggap paling sesuai dengan tujuan penulis ini.

2. Generasi Muda

Dalam kosakata bahasa Indonesia, pemuda juga dikenal dengan sebutan “generasi muda” dan “kaum muda”. Seringkali terminologi pemuda, generasi muda, atau kaum muda memiliki pengertian yang beragam. Pemuda adalah individu yang bila dilihat secara fisik sedang mengalami perkembangan dan secara psikis sedang mengalami perkembangan emosional, sehingga pemuda merupakan sumberdaya manusia pembangunan baik untuk saat ini maupun masa datang.¹⁴ Walaupun definisi PBB tentang pemuda biasanya mencakupi mereka yang berusia 15-24 tahun (bertumpang tindih membingungkan dengan anak yang meliputi usia 0-17 tahun), peraturan perundang-undangan Indonesia (seperti halnya di beberapa negara lain Asia, Afrika dan Amerika Latin) memperpanjang batas formal pemuda hingga usia yang mengherankan.¹⁵

¹² A. Gerungan, (2004). *Psikologi Sosial*. Bandung: Rafika Aditama

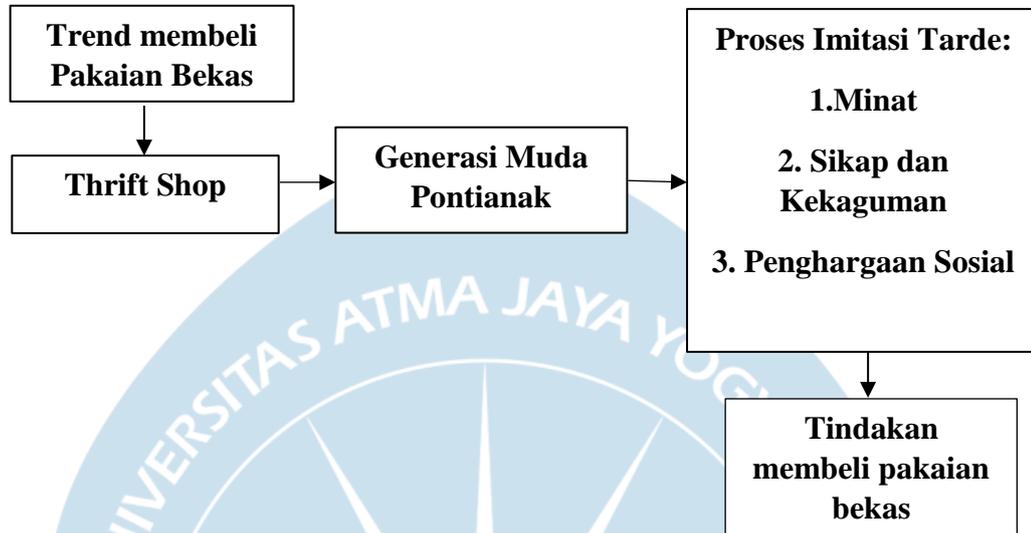
¹³ *Ibid*, h. 60-66.

¹⁴ Verawari Lesmana. 2009. “Peran Politik Pemuda: Dinamika Pergerakan Pemuda Sejak Sumpah Pemuda 1928 Sampai Kini”. *Jurnal Debat, Edisi Pertama*; 2.

¹⁵ Suzanne Naafs dan Ben White. 2012. “Generasi Antara: Refleksi tentang Studi Pemuda Indonesia”. *Jurnal Studi Pemuda, Vol. 1 (2)*; 91.

3. Kerangka Berpikir

Bagan 1.1 Kerangka Berpikir Penelitian



Sumber: Diolah oleh penulis, 2022

Gambar di atas merupakan gambaran alur pikir dari penelitian yang akan penulis lakukan. Dalam penelitian ini penulis akan membahas tentang bagaimana proses imitasi yang terjadi pada generasi muda di Pontianak. Kerangka di atas menjelaskan bahwa bermula dari adanya *trend* membeli pakaian bekas memunculkan kehadiran *thrift shop* di Pontianak. Adanya trend tersebut membuat generasi muda di Pontianak membeli pakaian bekas melalui *thrift shop*. Dengan adanya tindakan tersebut tentu terdapat alasan yang dapat diidentifikasi melalui proses imitasi apa yang dilalui generasi muda sehingga mendorong mereka membeli pakaian bekas. Dalam mengungkap proses imitasi yang dilalui penulis menggunakan konsep dari Tarde. Menurut Tarde terjadinya imitasi harus memenuhi beberapa syarat. Syarat dari imitasi terdiri dari tiga indikator yaitu minat, sikap dan penghargaan sosial. Dari ketiga indikator tersebut diharapkan dapat menjawab pertanyaan pada penelitian ini yaitu bagaimana proses imitasi generasi muda di Kota Pontianak dalam membeli dan menggunakan pakaian bekas.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan oleh penulis diatas, maka dapat diidentifikasi tujuan penelitian yang akan diteliti untuk mengetahui proses imitasi generasi muda Pontianak dalam membeli dan menggunakan pakaian bekas.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan karya ilmiah ini memiliki sistematika sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab Pendahuluan berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, kerangka konseptual, tujuan penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II: Metode Penelitian

Bagian ini berisikan jenis penelitian Bagian ini berisikan jenis penelitian, metode penelitian, narasumber, operasionalisasi konsep, metode pengumpulan data, jenis data dan cara analisis data. Lalu yang terakhir adalah deskripsi objek atau subjek dalam penelitian ini.

Bab III: Temuan dan Pembahasan

Bagian ini berisikan uraian data-data temuan penulisan di lapangan. Data-data kemudian dianalisis oleh penulis menggunakan konsep yang telah dijelaskan di Bab I, sehingga jawaban atas rumusan masalah dapat terjawab di bab ini.

Bab IV: Penutup

Bagian ini merupakan catatan penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2010),¹⁶ penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami sebuah makna oleh sejumlah individu maupun kelompok-kelompok orang yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Alasan penulis memilih untuk melakukan penelitian kualitatif karena penulis ingin mengetahui informasi terkait motivasi generasi muda di Pontianak membeli pakaian bekas secara mendalam.

Pada penelitian ini metode yang digunakan penulis yaitu metode penelitian secara deskriptif. Menurut Sukmadinata (2006: 72)¹⁷, penelitian deskriptif ialah suatu metode penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena tersebut terjadi secara alamiah maupun rekayasa semata. Fenomena tersebut berbentuk aktivitas, karakteristik, hubungan, kesamaan, perubahan dan perbedaan antara fenomena satu dengan fenomena lainnya.

B. Informan

Dalam melakukan penelitian kualitatif hal yang perlu dipertimbangkan saat melaksanakan pengumpulan data ialah pemilihan informan. Moleong (2014) menjelaskan bahwa informan penelitian adalah seseorang yang diharapkan bisa memberikan informasi terkait situasi dan keadaan latar penelitian, selain itu informan juga harus mampu memberikan informasi terkait sumber bukti yang mendukung.¹⁸

Berdasarkan pemaparan di atas, yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu seseorang yang banyak memahami informasi mengenai topik yang akan

¹⁶ John W. Creswell. 2010. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif & Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

¹⁷ Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.

¹⁸ Lexy J Moleong. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

diteliti. Syarat dari informan ialah orang yang terlibat langsung dan memahami dengan baik pada dunia pakaian bekas.

Teknik penarikan informan pada penelitian ini yaitu teknik *snowball sampling*. Penulis menggunakan teknik *snowball sampling* karena mempertimbangkan kualitas dari data yang didapatkan apakah sudah memenuhi kapasitas atau belum ketika di lapangan. Penulis menggunakan teknik *snowball sampling* untuk mendapatkan informan dengan data yang lebih akurat melalui rekomendasi dari informan yang memiliki data yang lebih akurat dan memenuhi kriteria. Menurut Sugiyono (2013: 85), *snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh orang sebelumnya.¹⁹

Informan kunci dalam penelitian ini adalah Afra Basima. Berawal dari informan kunci inilah penulis dapat mengumpulkan informan sebanyak sepuluh orang dari hasil rekomendasi satu informan ke informan lainnya. Pada proses pemilihan informan, terdapat pertimbangan yang telah ditentukan oleh penulis dengan memastikan orang-orang yang direkomendasikan benar berminat terhadap pakaian bekas. Adapula pertimbangan tersebut yaitu orang-orang yang dianggap memahami dan mengetahui secara pasti *trend* pakaian bekas yang sedang terjadi saat ini.

C. Operasionalisasi Konsep

Konsep yang akan digunakan dalam penelitian adalah konsep dari Gabriel Tarde. Tarde dalam Ahmadi (2005) berpendapat bahwa semua orang memiliki kecenderungan yang kuat untuk menyamai tindakan orang di sekitarnya. Perilaku imitasi terjadi karena adanya seseorang yang dijadikan idola sebagai model untuk ditiru. Syarat terjadinya imitasi menurut Tarde dalam Gerungan (2004) terdiri dari:

¹⁹ Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.