

**PEMBENTUKAN BUDAYA KOLEKTIF DALAM KOMUNITAS  
PENGGEAR PAKAIAN *VINTAGE***



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**Oleh:**

**ERNESTO RADITYA RAGAWA**

**190906982**

**PRODI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2023**

# HALAMAN PERSETUJUAN

## HALAMAN PERSETUJUAN

PEMBENTUKAN BUDAYA KOLEKTIF DALAM KOMUNITAS  
PENGHEMAR PAKAIAN *VINTAGE*

### SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh:

**ERNESTO RADITYA RAGAWA**

190906982

Disetujui oleh:

  
**Ranggabumi Nuswantoro, M.A.**

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PEMBENTUKAN BUDAYA KOLEKTIF DALAM KOMUNITAS PENGGEMAR PAKAIAN *VINTAGE***

Penyusun : **ERNESTO RADITYA RAGAWA**

NPM : 190906982

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : **Senin, 14 Agustus 2023**

Pukul : **13.00 WIB**

Tempat : **Kampus 4 FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**TIM PENGUJI**

**Ign. Agus Putranto, M.Si.**

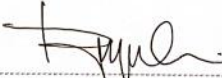
Penguji Utama

**Ranggabumi Nuswantoro, M.A.**

Penguji I

**Caecilia Santi Praharsiwi, M.A.**

Penguji II



**Ranggabumi Nuswantoro, M.A.**

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ernesto Raditya Ragawa  
NPM : 190906982  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Karya Tulis : PEMBENTUKAN BUDAYA KOLEKTIF DALAM KOMUNITAS  
PENGGEMAR PAKAIAN *VINTAGE*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir in benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non - material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 25 July 2023

Saya yang menyatakan

  
  
Ernesto Raditya Ragawa

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua dan kakak tercinta penulis yang selalu peduli dan menyayangi sepenuh hati. Rasa syukur selalu diucapkan kepada Tuhan Yesus untuk pencerahan dan cinta kasih selama penulis melakukan penulisan skripsi.*

*Kepada Bapak Ranggabumi Nuswantoro, M.A., semoga hal-hal baik bisa selalu menyertai bapak karena kebaikan hati Bapak membuat skripsi ini bisa selesai..*

*Dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi teman-teman yang selalu lapar untuk belajar, dan sudah mau bersimpati sehingga penulis bisa berhasil menyelesaikan tugas skripsi ini sebagai syarat kelulusan di bangku kuliah.*

**ERNESTO RADITYA RAGAWA**

**190906982 / ILMU KOMUNIKASI**

**PEMBENTUKAN BUDAYA KOLEKTIF DALAM KOMUNITAS  
PENGGEAR PAKAIAN *VINTAGE***

**ABSTRAK**

Penelitian ini adalah studi kualitatif yang dilakukan melalui teknik wawancara kepada beberapa kolektor dalam komunitas pakaian *vintage* di Indonesia. Sumber sekunder yang mendukung penelitian ini termasuk tinjauan literatur terkait, profil komunitas, jurnal terkait penelitian, media sosial dari narasumber, dan data-data lain yang menyinggung para narasumber yang diteliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya kolektif yang ada dalam komunitas penggemar pakaian *vintage* memiliki peran penting dalam membentuk dan mempertahankan komunitas tersebut. Anggota komunitas berbagi pengetahuan dan nilai-nilai yang melekat pada pakaian *vintage*, serta membentuk identitas sosial mereka berdasarkan minat mereka yang sama. Pakaian *vintage* juga dikaitkan dengan isu *fast fashion*, dengan banyak anggota komunitas yang memandang pakaian *vintage* sebagai alternatif berkelanjutan terhadap tren *fast fashion* yang sering dipandang tidak ramah lingkungan. Komunitas ini mengedukasi anggotanya tentang pentingnya konsumsi pakaian yang lebih berkelanjutan.

Pembentukan dan keberlanjutan komunitas ini juga sangat dipengaruhi oleh penggunaan *digital marketing* atau komunikasi pemasaran terpadu. Para narasumber menggunakan berbagai alat komunikasi pemasaran, seperti media sosial, Instagram *Live*, dan pemasaran konten, untuk selalu terhubung terhadap audiens mereka, menjalin hubungan, dan mempertahankan komunitas yang aktif. Selain itu, *digital marketing* juga digunakan untuk mengukur minat anggota dan menentukan strategi pemasaran pada akun mereka. Keberhasilan para narasumber dalam membangun dan mempertahankan komunitas penggemar pakaian *vintage* menunjukkan pentingnya memahami dan menerapkan konsep budaya kolektif dan komunikasi pemasaran terpadu dalam era digital saat ini.

**Kata kunci:** budaya kolektif, pakaian *vintage*, *fast-fashion*, *digital marketing*.

## KATA PENGANTAR

Dengan rasa hormat dan penuh penghargaan, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Tuhan Yesus atas berkat-Nya yang melimpah dalam perjalanan saya menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pembentukan Budaya Kolektif dalam Komunitas Penggemar Pakaian *Vintage*". Terima kasih yang tulus saya berikan kepada semua individu dan seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, pendampingan, dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini. Segala bentuk interaksi yang telah diberikan kepada saya memiliki arti yang sangat mendalam. Saya ingin mengucapkan terima kasih secara khusus kepada:

1. Tuhan Yesus, yang selalu menjadi sahabat dan pencerahan bagi saya dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Orang tua dan kakak penulis yang terkasih, yang tak pernah lelah memberikan motivasi, doa, dan pengorbanan yang tak terhingga selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
3. Bapak Ranggabumi Nuswantoro, M.A., sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga selama proses penulisan skripsi ini.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan informasi yang sangat berarti sehingga penyelesaian skripsi ini dapat tercapai.
5. Ernesto Raditya, diri saya, yang telah berkomitmen untuk menulis dan menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta,  
17 Juli 2023



Peneliti,

Ernesto Raditya Ragawa



## DAFTAR ISI

<b>PEMBENTUKAN BUDAYA KOLEKTIF DALAM KOMUNITAS PENGGEMAR PAKAIAN <i>VINTAGE</i></b> .....	1
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
Kata kunci: budaya kolektif, pakaian <i>vintage</i> , <i>fast-fashion</i> , <i>digital marketing</i> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	8
Tujuan Penelitian .....	8
Kerangka Teori .....	8
1. Budaya Kolektif.....	8
2. Peran Digital Marketing (Komunikasi Pemasaran Terpadu) dalam Budaya Kolektif Pakaian <i>Vintage</i> .....	12
3. Isu <i>Fast fashion</i> .....	14
4. Teori Komunikasi Kelompok dan Pembentukan Identitas Sosial Komunitas <i>Vintage</i> .....	23
Metodologi Penelitian .....	27
1. Penelitian dan Subjek Penelitian .....	27
2. Data Primer dan Data Sekunder .....	28
3. Teknik Pengumpulan Data .....	29
4. Proses Analisis Data .....	29
Instrumen Penelitian.....	31
<b>BAB II</b> .....	35
<b>DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN</b> .....	35
<i>Different Class Garage</i> (Adit) .....	35
<i>Akun 2000tribe</i> (Vian) .....	38



Akun Ninetysixvintages (Andre) .....	41
Akun Lifeofsupply (Zayn).....	43
<b>BAB III</b> .....	45
<b>HASIL TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	45
Hasil Temuan Data.....	45
Analisis Pembentukan Budaya Kolektif.....	53
Analisis Peran Digital Marketing (Komunikasi Pemasaran Terpadu) Kadalam Budaya Kolektif Pakaian <i>Vintage</i> .....	56
Analisis Isu <i>Fast fashion</i> , Teori Komunikasi Kelompok dan Pembentukan Identitas Sosial Komunitas <i>Vintage</i> .....	59
Komunitas Pakaian <i>Vintage</i> dan Instagram <i>Live</i> .....	62
Acara <i>Offline</i> dan Pembentukan Budaya Kolektif .....	68
<b>BAB IV</b> .....	76
<b>PENUTUP</b> .....	76
<b>A. Kesimpulan</b> .....	76
<b>B. Saran</b> .....	78
LAMPIRAN .....	i
DAFTAR PUSTAKA .....	xviii

## DAFTAR GAMBAR

### BAB I

Gambar1. 1 Justin Bieber menggunakan kaos vintage dari Band Nirvana di acara American Music Awards. (sumber: NME.com) .....	3
Gambar1. 2 Kaos Bjork yang dihargai seharga 10.000.000 Rupiah. (sumber: <a href="https://www.etsy.com/listing/576726854/90s-vintage-bjork-original-post-tour">https://www.etsy.com/listing/576726854/90s-vintage-bjork-original-post-tour</a> ) .....	3
Gambar1. 3 Kaos Bob Marley, dihargai seharga 7.000.000 Rupiah. (sumber: <a href="https://afterlifeboutique.com/products/bob-marley-t-shirt-by-michael-rios">https://afterlifeboutique.com/products/bob-marley-t-shirt-by-michael-rios</a> ) .....	4

### BAB III

Gambar 3. 1 Instagram @NinetySixvintages (sumber: Dokumen pribadi) .....	46
Gambar 3. 2 Instagram @Differentclassgarage (sumber: Dokumen pribadi) .....	47
Gambar 3. 3 Instagram @lifeofsupply (sumber: Dokumen pribadi) .....	48
Gambar 3. 4 Instagram @2000tribe (sumber: Dokumen Pribadi) .....	49
Gambar 3. 5 Konten Instagram Display pakaian <i>vintage</i> (sumber: Dokumen Pribadi) ....	64
Gambar 3. 6 Konten Instagram <i>Live</i> (sumber: Dokumen Pribadi) .....	66
Gambar 3. 7 Komunitas Penggemar Pakaian <i>Vintage</i> di <i>event offline</i> (sumber: Dokumen Pribadi Adit) .....	70
Gambar 3. 8 <i>Live event</i> Penggemar Pakaian <i>Vintage</i> (sumber: Instagram @lastyeargarment) .....	73