

# Fenomena Thrifting Sebagai gaya Hidup Milenial Bogor

*by Rifjy Ghilman*

---

**Submission date:** 28-Aug-2021 12:18PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1637185414

**File name:** Jurnal\_Rifky\_ghilmansyah\_Unsika.docx (50.97K)

**Word count:** 5752

**Character count:** 36816

# **FENOMENA THRIFTING**

## **SEBAGAI GAYA HIDUP MILENIAL BOGOR**

Oleh :

**Rifky Ghilmansyah<sup>1</sup>, Siti Nursanti<sup>2</sup>, Wahyu Utamidewi<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang  
e-mail: Rifqi.ghilmansyah@gmail.com, siti.nursanti@staff.unsika.ac.id,  
wahyu.utamidewi@fisip.unsika.ac.id

### **ABSTRAK**

Thrifting adalah sebuah aktifitas membeli barang bekas atau bisa disebut metode penghematan. Thrifting dikala ini terus menjadi trend di sebagian orang paling utama untuk kalangan milenial sebab dikala ini mulai banyaknya orang atau toko yang mulai berjualan barang bekas tersebut serta telah terdapatnya event thrifting semacam di bogor ialah bogor thrift market. penelitian ini bertujuan untuk menerangkan bahwasanya terdapat motif sebab atau tujuan yang melatarbelakangi kalangan milenial bogor melaksanakan aktivitas thrifting. penelitian ini pula mengungkapkan bagaimana kalangan milenial bogor memaknai thrifting itu sendiri serta metode gaya hidup yang dikembangkan oleh kalangan milenial bogor yang melaksanakan aktivitas thrifting. penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Di dalam pendekatan ini ada 'because of motive' serta 'in order to motive' dari Aksi kalangan milenial bogor yang melaksanakan aktivitas thrifting. Dengan narasumber sebanyak 5 orang yaitu kalangan milenial bogor yang hobby melakukan thrifting yang mempunyai kriteria tertentu dan bersedia untuk mengikuti penelitian ini sampai akhir. Hasil penelitian ini adalah menampilkan bahwa kalangan milenial bogor memaknai thrifting merupakan sesuatu proses belanja barang bekas yang telah jadi passion.gaya hidup dari trend mode fashion. Motif Mereka melaksanakan thrifting sebab dari lingkungan pertemanan, keluarga, hobby, dan ekonomi sedangkan alasan yang ingin dicapai karena harganya yang relatif murah, limited, valuei yang tinggi dan untuk dijual kembali.

**Kata Kunci :** *Thrifting, Gaya hidup, Fashion, Fenomenologi*

### **ABSTRACT**

*Thrifting is an activity to buy used goods or can be called a saving method. Thrifting currently continues to be a trend for some people, especially for millennials because now there are many people or shops starting to sell used goods and there has been a thrifting event like in Bogor, namely the Bogor thrift market. This study aims to explain that there is a motive or purpose behind the Bogor millennials carrying out thrifting activities. This study also reveals how Bogor millennials interpret thrifting itself and the lifestyle methods developed by Bogor millennials who carry out thrifting activities. This study uses a phenomenological method with a qualitative approach. The approach used in this research is Alfred Schutz's phenomenological approach. In this approach there are 'because of motive' and 'in order to motive' from the actions of the Bogor millennials who carry out thrifting activities. With 5 speakers, namely Bogor millennials who like to do thrifting who have certain criteria and are willing to participate in this research until the end. The results of this study are showing that the Bogor millennials interpret thrifting as a process of shopping for used goods that has become a passion or lifestyle for fashion trends. They do thrifting because of the environment of friends, family, hobbies, and the economy, while the reason they want to achieve is because the price is relatively cheap, limited, high value and for resale.*

**Key Words :** *Thrifting, lifestyle, fashion, fenomenologi*

## PENDAHULUAN

saat ini Era fashion atau dunia mode saat ini berdampingan dengan kehidupan kita, karena fashion sudah menjadi kebutuhan primer yang termasuk dalam hal bersosialisasi dengan lingkungan sekitar. fashion juga ialah termasuk bagian yang tidak terpisahkan dari gaya sehari-hari. Fashion berasal dari bahasa latin factio, kata factio berarti melakukan atau bertindak, sehingga kata fashion mengacu pada sebuah kegiatan yang dilaksanakan oleh seseorang.

Di era berkembang saat ini, Kebutuhan kalangan milenial akan gaya hidup berpakaian sekarang ini sudah bermacam-macam dalam mengikuti perubahan di zaman yang modern ini. Kebutuhan berpakaian sekarang ini kurang lebih di gambarkan dengan barang yang berstatus merk dan berkualitas. Dengan adanya barang *second branded* ini mungkin akan sedikit membantu kalangan milenial untuk mendapatkan sebuah barang yang berbeda dengan barang yang lain dan tentunya juga dapat dijangkau oleh semua kalangan milenial.(Abdurassyid, 2020)

Kini fashion sudah menjadi sebuah fenomena yang muncul dalam industri fashion pada masyarakat sekarang ini, khususnya di kalangan generasi milenial, fenomena fashion saat ini yaitu hypethrift. Hype berartikan sebuah yang sedang naik atau booming sedangkan thrift didefinisikan sebagai *thrifting*. Fenomena ini terjadi ketika kaum milenial memakai baju bekas atau barang bekas yang dibeli dari toko maupun pasar yang menjual barang bekas(Dinah, 2020)

kata thrift itu sendiri bermula dari kata thrive yang mempunyai arti pertumbuhan atau kemajuan. kata thrifty bisa diartikan menjadi bagaimana cara yang benar dan efektif dalam menggunakan sebuah uang dan barang lainnya. *thrifting* juga dapat diartikan menjadi sebuah aktivitas pembelian barang bekas. aktivitas *thrifting* juga tidak hanya untuk membeli sebuah barang bekas, tapi adanya kepuasan pribadi ketika mendapatkan barang berkualitas atau limited dengan harga yang terjangkau atau murah.(Gesha Gafara, 2018)

kegiatan membeli atau menjual baju bekas memang sudah ada sebelumnya, namun baru-baru ini kembali di gandrungi atau disukai baik oleh kaum milenial. Istilah yang digunakan untuk kegiatan ini adalah *thrift shopping* atau belanja barang bekas. Berbeda dengan sebelumnya, pembelian barang bekas ini bahkan sudah masuk ke

media online, yakni Di media sosial maupun aplikasi belanja online. Kegiatan ini sesungguhnya merupakan cara membeli dengan tujuan untuk menghemat uang. Barang yang dibeli tersebut adalah barang bekas atau biasa disebut dengan *second branded*, akan tetapi kualitas dari barang dari toko barang bekas ini masih sangat layak untuk digunakan kembali.(Dewi, 2020)

Akan tetapi aktivitas *thrift shop* dikala ini lumayan bertolak balik dengan penafsiran *thrift shop* yang disampaikan oleh Parsons pada tahun 2002 dalam dewi (2020), baginya *thrift shop* ialah salah satu aktivitas amal buat menggalang dana. Berikut ialah kutipan Parsons( 2002) menimpa *thrift shop* ataupun store,“ itu merupakan suatu toko yang menjual pakaian bekas yang sudah disumbangkan dan dari keuntungan tersebut yang didapat digunakan buat tujuan beramal. Beda halnya saat ini *thrifting* sudah menjadi fenomena membeli barang bekas yang sedang di gandrungi pada kalangan milenial.

Dalam pengamatan peneliti fenomena *Thrifting* ini mulai memasuki pasar di bogor. Saat ini sebagian orang sudah menjual pakaian *second brand* di pasar maupun di toko *thriftshop*. Selain itu sudah adanya event *thrifting* yang diadakan selama satu tahun sekali yaitu bogor *thrift market*. Namun meski kurang antusias dengan produk bekas, masyarakat tetap suka membeli produk baru di toko, Dari pada membeli pakaian bekas. Sebab, pada masa-masa awal di Bogor, mereka kurang mengetahui tentang produk-produk brand asing ternama. Kemudian, tahun ketahun brand tersebut mulai di sukai bagi masyarakat Bogor, khususnya para Milenial masa kini, yang mulai paham akan produk atau jenis brand ternama di dunia. Dengan banyaknya minat masyarakat dengan adanya *second branded* ini membuat sebagian masyarakat beralih menjadi pedagang pakaian *second branded* tersebut.

Melihat *trend* tersebut, fenomena *thrifting* menjadi peluang yang dimanfaatkan orang buat berdagang barang *second branded* dikala pandemic saat ini. Sebagian orang berjualannya di toko maupun di pinggir jalan ,tetapi saat ini menjalar berjualan di online shop.(Abdurassyid, 2020)

Namun, pandangan masyarakat tentang *thrifting* masih tabuh dan negatif, yang berarti bahwa masyarakat masih sering berpikir bahwa membeli atau menggunakan barang bekas ialah mereka hidup di kelas sosial yang lebih rendah, dan indetik dengan barang murah dan penghematan. (Cross, 2018)) selain itu juga tidak terlepas dari banyaknya isu terhadap barang *second branded* tersebut yaitu impor ilegal, isu lingkungan, maupun faktor Kesehatan yang menjadi kekhawatiran dari

segi kesehatan itu sendiri, terlebih dikala pandemik seperti ini.

Bisa dikatakan juga kalau *thrifting* bisa mengurangi pencemaran lingkungan sebab *fast fashion*, jadi bisa dijadikan salah satu sebab kenapa *thrifting* begitu digemari. Kata 'barang sisa' saat ini tidak lagi jadi konotasi yang 'kurang baik'. Banyak kanak-kanak muda yang saat ini mulai terjun bisnis *thrift shop* ini ataupun jadi konsumen *thrift shop*. Akan Tetapi, yang banyak jadi pembicaraan saat ini yaitu harga beberapa barang di *thrift shop* yang menjadi mahal. (Malika, 2020)

Dalam berkembangnya barang second branded tersebut, Dengan adanya fenomena *thrifting* saat ini adanya pergeseran gaya hidup baru dalam terhadap kalangan milenial saat ini. Terjadi nilai pergeseran gaya hidup dalam bentuk pola belanja di pusat perbelanjaan beralih ke pasar, toko, dan tempat-tempat yang penjualan pakaian bekas. selain itu dalam hal berpakaian, dimana terlebih dahulu sebelum mengenal *thrifting* kalangan milenial lebih menyukai barang yang baru dalam berpakaian.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti tertarik adanya beberapa persoalan yang di fokuskan dalam penelitian ini yaitu agar mengetahui makna dan motif Tindakan dari kalangan milenial bogor melakukan kegiatan *thrifting* dan motif gaya hidup yang dikembangkan kalangan milenial dengan menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi.

## KAJIAN PUSTAKA

### Fenomenologi Alfred Schutz

Fenomenologi berasal dari kata Yunani "phainomenon", yang berarti "sesuatu yang tampak". Fenomenologi pertama kali diciptakan oleh Edmund Husserl. Fenomenologi disebut aliran filsafat, dan juga merupakan cara berpikir yang mempelajari sebuah fenomena seseorang tidak dengan mempertanyakan penyebab fenomena ini dan realitasnya serta fenomena objektif. Tujuan inti dari fenomenologi adalah mempelajari bagaimana mengalami fenomena dalam ranah kesadaran, pikiran dan tindakan, misalnya bagaimana mengevaluasi atau menerima fenomena tersebut secara estetis. Namun Fenomenologi mencoba menemukan pemahaman tentang bagaimana seseorang mengkonstruksi makna dan konsep yang

signifikan dalam kerangka intersubjektivitas. (Kuswarno, 2009)

Tujuan inti dari fenomenologi merupakan bagaimana mempelajari kesadaran, pemikiran dan fenomena perilaku yang dialami, serta bagaimana fenomena tersebut dinilai estetis atau dapat diterima. Fenomenologi berusaha menemukan pemahaman tentang bagaimana seseorang mengkonstruksi makna dan konsep utama dari kerangka subjektivitas bersama. Bagi intersubjektivitas, pemahaman kita bersifat timbal balik karena dibentuk dari hubungan dengan orang lain. walaupun Makna yang kami buat ialah yang dapat melacak tindakan, karya, dan aktivitas, akan tetapi masih ada peran orang lain di dalamnya (Kuswarno, 2009)

bagi Schutz, karya fenomenologi adalah menyatukan dari pengetahuan ilmiah melalui pengalaman sehari-hari. Dan dalam kegiatan itu lahir pengalaman dan pengetahuan. menurut Schutz (1932), manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses 'tipikasi'. Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana menggunakan dan mengartikulasikan apa yang mengatur perilaku sosial melalui proses penerjemahan. Sedangkan Ide Schutz adalah bahwa manusia adalah makhluk sosial, sehingga memahami dunia kehidupan sehari-hari ialah sebuah pemahaman sosial.

Menurut Schutz, dunia sosial adalah pengalaman yang mempunyai arti subjektifitas dan bermakna antara dunia sosial, di mana makna tindakan tersebut dengan motif yang mendasari tindakan tersebut. Maka dari itu agar dapat menggambarkan tindakan dari seseorang, Schutz dapat membagi subjek menjadi 2 jenis untuk menjelaskan perilaku setiap orang, yaitu:

1. *In-order-to-motive* merupakan motif yang menunjuk pada tindakan seseorang di masa yang akan datang. Dimana, tindakan tersebut dapat dicoba oleh seorang yang dimana mempunyai tujuan yang sudah ditentukan.
2. *Because motive*, merupakan tindakan yang mendasarkan terhadap pada masa kemudian. Selain itu dimana, tindakan yang dicoba dari orang tentu pastinya

mempunyai sebab atau alasan dari masa yang akan datang dikala dia melakukannya.

### Gaya Hidup

gaya hidup merupakan metode hidup orang yang di pahami dengan gimana orang dapat menghabiskan waktu mereka( kegiatan),atau bagaimana yang mereka menganggap berarti dalam hidupnya( ketertarikan) dengan bagaimana mereka pikirkan mengenai dunia sekitarnya. (Plummer, 1983)

Menurut Armstrong, gaya hidup individu dapat dilihat dari tindakan yang dilakukan individu, seperti aktivitas untuk memperoleh atau menggunakan barang dan jasa, termasuk dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan aktivitas tersebut. Armstrong juga mengatakan bahwa ada dua faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup individu yaitu faktor internal (internal) dan faktor eksternal (eksternal). Faktor internal adalah sikap, dari pengalaman, pengamatan, maupun kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi, dan faktor eksternal yaitu terdiri dari kelompok acuan, keluarga, kelas sosial, dan budaya.

### Thrifting

Thrift berasal dari kata thrive yang berarti berkembang atau maju. Kata thrifty sendiri dapat diartikan sebagai cara menggunakan uang dan barang lainnya secara baik dan efisien. Dapat diartikan pula bahwa thrifting adalah kegiatan membeli barang bekas. Kegiatan thrifting bukan hanya sekedar membeli barang bekas, namun bagaimana kepuasan pribadi jika bisa mendapatkan barang yang bagus atau langka dengan setengah harga atau lebih murah (Gafara 2019).

Awal mula thrifting, pada saat Revolusi Industri di abad ke-19, memperkenalkan produksi massal pakaian dan mengubah cara pandang masyarakat terhadap dunia fashion saat itu. Saat itu pakaian sangat murah, dan orang mengira pakaian itu sekali pakai (disposable). Hal ini menyebabkan menumpuknya produk yang dibuang, dimana orang mengebabkan menjadi sangat konsumtif. Barang-barang bekas ini umumnya digunakan oleh para pendatang. Setelah itu, pada tahun selanjutnya, Salvation Army (the first NGO) mengumpulkan barang-barang yang tidak terpakai sebagai sumbangan. Mereka mendirikan tempat yang disebut "Salvage Bridge" pada tahun 1897, pada saat itu jadi jika ada yang merasa dapat menyumbangkan pakaian tambahan atau barang-barang lainnya ke tempat ini. Kemudian, selama Great Depression

pada tahun 1920-an, mengalami krisis skala penuh terjadi di Amerika Serikat. Banyak orang yang menganggur lalu Kehancuran di pasar saham New York menjadi "gong" saat itu. Orang-orang pada saat itu bahkan tidak memiliki kemampuan untuk membeli pakaian baru, jadi mereka memilih alternatif untuk membeli dari toko barang bekas. Sedangkan untuk orang kaya, tempat ini digunakan untuk berdonasi. Akhirnya tahun-tahun selanjutnya menjadi sebuah kerutinan pada masyarakat saat itu yang menjadi trend saat itu. Yang sampai saat ini kebiasaan tersebut menggunakan baju bekas Kembali muncul menjadi trend yang sering kita sebut thrifting. (Ghesa Gafara, 2019)

### METODOLOGI PENELITIAN

Peneliti yang melakukan penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ialah suatu metode (bukan eksperimen) yang digunakan untuk memeriksa keadaan sebuah objek alamiah, dimana peneliti sebagai dari instrumen kunci, selain itu Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi (kombinasi), analisis data bersifat induktif, dan hasilnya kualitatif dimana penelitian menekankan makna dan bukan generalitas (Sugiyono 2010: 12).

Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologis. Inti dari pendekatan fenomenologis ialah gagasan atau ide tentang "dunia kehidupan", yaitu dimana realitas individu berbeda satu sama lain, dan perilaku individu dapat dipahami hanya melalui pemahaman tentang dunia kehidupan individu dengan dunia kehidupan individu merupakan pemahaman yang dapat dilakukan dengan melalui perspektif seseorang dengan yang lainnya. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk mengakses "pemikiran akal sehat" informan dan menafsirkan motif-motif dengan masyarakat dan dunia luar dari perspektif dengan tindakan, pengalaman dari sudut pandang masing-masing. (Sobur, 2013)

karena penelitian ini mengharapkan agar dapat memahami bagaimana motif kalangan milenial bogor melakukan thrifting dalam pengalaman dalam dirinya.

Penelitian ini dilakukan di kabupaten bogor, dimana peneliti melihat adanya fenomena thrifting di lokasi tersebut, selain itu di bogor sendiri sudah banyaknya tempat atau toko-toko thrifshop yang menjual barang bekas tersebut. Di bogor juga sudah ada wadah bagi penghoby thrifting dimana sudah adanya acara thrifing yang dilakukan satu tahun sekali, yang dinamakan bogor thrift market.

8 Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Nonprobability Sampling* yaitu *Purposive Sampling*, “dikatakan purposive karena teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono & Kuantitatif, 2011)). Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dari sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hal ini dilakukan peneliti agar dapat mendapat informasi dari subjek bisa lebih jelas dan dalam untuk menggali data maupun informasi tersebut. Karena dalam hal wawancara dimana peneliti mengetahui subjek dalam berabagi kegiatannya.

23 Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan konsep Miles dan Huberman dalam Agus Salim (Salim, 2006) yaitu terdapat 4 tahapan dalam analisis data :

- 26 1. pengumpulan data yaitu dengan melakukan observasi kelengkapan, wawancara mendalam dan dokumentasi.
2. reduksi data, yaitu perangkuman yang mana yang dapat dijadikan data dalam penelitian.
3. penyajian data, yaitu sebuah rangkaian kalimat yang disederhanakan dalam informasi yang sudah di kumpulkan.
4. penarikan kesimpulan, yaitu tahap akhir dimana menentukan hasil data tersebut.

## PEMBAHASAN

Dalam Penelitian ini peneliti mengumpulkan data secara offline, dimana peneliti melakukan wawancara mendalam dengan objek secara langsung maupun tatap muka.

5 Informan dalam penelitian ini sebanyak 5 orang yaitu Bimo Dwi Jatmiko sebagai pengusaha di bidang fashion, yang berumur 27 tahun dan bertempat tinggal di kompleks pertanian, selanjutnya yaitu Galang Ramadhan bekerja sebagai wirausaha, yang berumur 27 tahun. Syaiful Bahari bekerja menjadi pegawai swasta di Jakarta, berumur 25 tahun. Fadhil Yahya sebagai mahasiswa di salah satu universitas, berumur 23 tahun dan Herdy sebagai mahasiswa di salah satu universitas di Bogor, berumur 23 tahun.

Table 1 Data Informan

No	Nama Informan	Usia	Status	Pekerjaan
1.	Bimo	27	Sudah Menikah	Wirausaha

2.	Galang	27	Belum Menikah	Wirausaha
3.	Syaiful	25	Belum Menikah	Pegawai Swasta
4.	Fadhil	23	Belum Menikah	Mahasiswa
5.	Herdy	23	Belum Menikah	Mahasiswa

1 perkembangan gaya mode fashion di kalangan milenial memanglah tidak bisa dihindari lagi. Berbagai kalangan menjadikan mode selaku salah satu perihalnya, terutama dalam kehidupannya, mulai dari produk mode fashion yang mempunyai brand ternama hingga dengan brand lokal saat ini. Masuknya sandang selaku salah satu bagian kebutuhan primer manusia, tidak lepas pula bagi pertumbuhan mode fashion yang terdapat saat ini.

Pada Saat ini keinginan banyak orang untuk membeli baju muncul seiring dengan perubahan fashion, dan keinginan tersebut terus berubah, yang juga menjadi dasar pertimbangan awal kegiatan *thrifting* pada milenial di Bogor.

### Thrifting Menjadi Gaya Hidup

Gaya hidup generasi milenial saat ini dapat dilihat dari cara mereka mengikuti tren perkembangan. Kini tren fesyen telah menyusup ke ideologi Kalangan milenial di Bogor. Mereka melakukan kegiatan *thrifting* tersebut, sehingga menurut mereka fashion ialah sebuah gaya hidup. Fenomena budaya yang digunakan oleh para milenial *thrifting* di Bogor ialah untuk mengontruksi dan mentransmisikan identitas mereka, karena *thrifting* itu sendiri memiliki bentuk non verbal, melalui orang-orang *thrifting* dan aspek komunikatif untuk menimbulkan makna dan nilai sebagai simbol dan cerminan bacaan budaya. Dengan membawa Pola gaya hidup yang dianut kaum milenial di Bogor yaitu kegiatan *thrifting* antara lain dalam bentuk gaya belanja dan gaya berpakaian

bentuk Pola berbelanja yang dipunyai oleh kalangan milenial Bogor yang melaksanakan aktivitas *thrifting* terkategori unik, perihalnya yang tercantum dalam pola berbelanja kalangan milenial Bogor merupakan keseriusan belanja, tempat belanja, dan alibi membeli beberapa barang tersebut. Golongan milenial Bogor yang *thrifting* tersebut membeli atribut mode cuma seputar pada kaos, kemeja, celana, rok, jaket, serta sepatu. Tidak hanya itu terdapatnya pergantian tempat pula yang dahulunya golongan milenial saat sebelum

memahami thrifting kerap berbelanja di mall ataupun toko retail lainnya tetapi dikala ini mereka lebih berbelanja di pasar ataupun toko yang menjual benda sisa tersebut.

Generasi Milenial bogor sangat sering melakukan kegiatan thrifting, intensitas dalam melakukan kegiatan thrifting rata-rata 3-4 kali dalam sebulan. Mereka rela mengeluarkan sebagian uang yang dipunyai untuk membeli atau menggunakan barang bekas dengan uang saku dan tabungannya. Mereka merasa kecanduan untuk melakukan thrifting. Generasi Milenial tersebut biasanya thrifting di pasar loak seperti Pasar senen, Pasarja Santa dan Pasar baru di wilayah Jakarta. Di wilayah Bogor, saya biasanya pergi ke pasar PGB dan pasar Anyar. Selain itu, ada sebagian dari mereka yang thrifting di pinggir jalan di Toko yang menjual barang bekas tersebut.

Melihat hasil dari wawancara mendalam di lapangan dari kelima informan yang ditentukan tersebut yaitu bimo, galang, Syaiful, fadhil dan herdy bahwa mereka merasakan bahwa thrifting sudah menjadi gaya hidup mereka sehari-hari.

Hal ini disampaikan oleh bimo informan pertama bahwa gaya hidup yang dikembangkan dalam thrifting sehari-hari yaitu gaya hidup dalam berbelanja. Karena arti dari thrifting itu sendiri ialah metode menghemat uang dengan melakukan kegiatan membeli barang bekas. Maka dari itu menjadi sebuah bagian di sehari-harinya.

*“iya untuk saat ini bisa dikatakan thrifting sudah menjadi passion atau gaya hidup saya sih dalam hal berbelanja, berpakaian maupun membeli kendaraan bermotor aja saya lebih membeli bekas mas. karena thrifting kan bisa dibilang suatu kegiatan yang membeli barang bekas kan, seperti pakaian, ataupun barang bekas lainnya akan tetapi tidak terkecuali dong membeli kendaraan bermotor bekas juga kan termasuk barang bekas juga”*

Sedangkan galang Ramadhan informan lainnya mengatakan bahwa thrifting juga termasuk gaya hidup dia dalam sehari-hari termasuk dalam lingkup pergaulan.

*“iya bisa dikatakan seperti itu bang, thrifting sudah menjadi gaya hidup saya dalam hal berbelanja, maupun berpakaian dan selain itu dalam lingkungan pergaulan juga sih bang. Iya karena saat kita kumpul dengan teman-teman kita bisa dibilang rata-rata mereka juga suka thrifting juga sih, dan bisa dikatakan juga gengsi bang, kalo pas kita kumpul ada teman yang gak suka thrifting gitu bang”*

Syaiful dan herdy yang bertempat berbeda juga mengatakan kalo mereka setelah mengenal

thrifting merasa seperti kecanduan untuk melakukan thrifting. Mereka pun merasa kalo sebelum dia mengenal thrifting lebih suka berbelanja baju baru dan belanja di toko-toko brand local maupun di mall.

*“iya dulu sebelum saya mengenal thrifting, saya lebih suka membeli baju baru local brand gitu bang. Dulu saya berbelanja di tebet atau engga dateng ke acara jakcloth (Jakarta clothing) tapi setelah mengenal thrifting saya beralih menjadi beli barang bekas di pasar-pasar maupun ditoko pinggir jalan yang menjual barang bekas tersebut.”*

Selain itu Fadhil yang juga selaku informan keempat yang hobby thrifting, melihat trend thrifting saat ini menjadi peluang bisnis baru. maka dari itu adanya tuntutan gaya hidup juga sebagai penghobby thrifting dan pelaku usaha thrifting tersebut.

*“iya pastinya selain thrifting menjadi gaya hidup dalam berpakaian sehari-hari, saya sebagai pelaku usaha thrifting yang berjualan sepatu bekas juga menjadikan thrifting ini menjadi bagian hidup saya juga. Iya karena awalnya hobby akhirnya jadi coba berjualan thrifting juga gitu deh”*

Selain itu, didalam penelitian ini peneliti juga menemukan motif sebab dan tujuan yang memotivasi subjek untuk melakukan kegiatan thrifting, yang telah dikelompokkan menjadi beberapa jenis atau tipikasi. Menurut Alfred Schutz, kehidupan manusia didasarkan pada tipologi dan asumsi dengan menafsirkan dan mengklasifikasikan orang lain dalam kehidupan sehari-hari. Diasumsikan bahwa individu, yaitu, menurut perilaku tipe atau pola yang ada, dapat berpartisipasi dalam proses tipifikasi.

Maka dari itu Penelitian ini akan menguraikan tindakan subjek pelaku kegiatan thrifting yang telah ditipifikasi, kemudian dikaitkan dengan menggunakan rasionalitas Webber.

#### **Motif melakukan kegiatan thrifting**

Ada alasan mengapa seseorang melakukan tindakan ini sebelum peneliti memahami motif dan makna orang di dalam penelitian ini. Hal ini karena, pada dasarnya, perilaku seseorang dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya dan dengan demikian tertarik pada sebuah keinginan. Because of motif, kita berbicara tentang masa lalu, yaitu, pengalaman masa lalu menjadi sebuah motivasi untuk bertindak. Dalam penelitian ini, motif muncul dari tindakan yang dilakukan subjek ketika memutuskan untuk melakukan kegiatan

thrifting tersebut. Setiap dari subjek mempunyai motif yang berbeda-beda. Adanya motif sebab yang berbeda serta individu yang berbeda tentunya juga dari latar belakang yang berbeda juga.

buat menguasai motif dari Aksi kalangan milenial bogor terlebih dahulu terdapatnya because of motif yang dapat mendorong kalangan milenial bogor yang melaksanakan kegiatan thrifting tersebut ialah :

### 1. Faktor Lingkungan Pertemanan.

Motif lingkungan menandakan adanya dorongan yang berasal dari lingkungan pergaulan maupun lingkungan terdekat mereka . dimana diantara mereka adanya daya minat melakukan thrifting pada kalangan milenial sendiri muncul karena mempunyai kesamaan ketertarikan terhadap thrifting pada lingkungan pertemanannya sendiri. Yang akhirnya melatar belakangi kalangan milenial bogor untuk melakukan aktivitas thrifting tersebut.

Galang salah satu informan dalam penelitian ini mengungkapkan pengalaman sebab melakukan thrifting .

*“kalo untuk faktornya melakukan thrifting sebenarnya awalnya karena dari temen sendiri sih atau bisa di bilang dari lingkungan sekitar gitu. Diajak untuk thrifting yang memang sama-sama suka belanja barang bekas gitu,yaaa jadinya mulai tertarik dan mengenal thrifting iya dari temen-temen juga kaya gitu sih “*

Syaiful (informan 3) mempunyai kesamaan sebab melakukan thrifting dengan galang. Yang menyebabkan mereka terjun ke dunia thrifting karena adanya ajakan dari temannya yang memang sudah lama mengenal thrifting.

*“ awalnya kenal thrifting itu dari temen sebenarnya,ada beberapa memang temen sudah suka thrifting,akhirnya mulai thrifting yang memang pada saat itu belum tau sama sekali thrifting itu seperti apa. Iya akhirnya ikut thrifting ke pasar-pasar yang jualan barang bekas gitu,dan akhirnya setelah itu kaya jadi tertarik dan alhamdulillah sampai saat ini akhir udah menjadi hobby aja gitu”*

Dari 2 iforman mempunyai kesamaan motif sebab ,bahwa mereka mengungkapkan pengalaman awal mereka untuk melakukan thrifting yaitu karena dari lingkungan pertemana. Dimana adanya dorongan dari teman dekatnya yang memang sebelumnya sudah lebih awal melakukan thrifting ,yang akhirnya munculnya sebuah ketertarikan dan menjadi sebuah daya minat yang sama dalam melakukan thrifting.

### 2. Faktor Hobby

Selain itu yang melatar belakangi kalangan milenial untuk melakukan thrifting karena

sudah menjadi hobby itu sendiri. Karena awalnya sudah menjadi kebiasaan melakukan thrifting dan akhirnya menjadi bagian dari hobby tersebut.

Syaiful salah satu informan ketiga menceritakan bahwa factor yang melatar belakangi ia melakukan thrifting tersebut karena sudah menjadi sebuah hobby nya .

*“ iya untuk saat ini yang melatarbelakangi melakukan aktivitas thrifting yak karena sudah menjadi hobby atau kebiasaan sendiri sih untuk thrifting atau belanja barang bekas. Iya jadinya otomatis kalo ada waktu dan uang pasti langsung melakukan thrifting karena udah hobby aja”*

### 3. Faktor Keluarga.

Lingkungan keluarga sendiri yang dapat mendorong kalangan milenial bogor untuk melakukan aktivitas thrifting. Karena keluarga yaitu orang yang paling dekat yang sehari-hari berada sekitar mereka pada lingkungan yang sama dan dapat mempengaruhi yang cukup besar terhadap kalangan milenial bogor.

Seperti yang dikatakan oleh galang yang menjadi informan kedua, bahwa ia sudah dikenalkan oleh orang tuanya sendiri yaitu ibunya untuk membeli pakaian bekas dari sejak anak-anak.

*“ bahwa awalnya yang mendorong atau mengajak saya untuk melakukan thrifting itu ibu saya sendiri,awalnya ibu saya mengajak saya untuk membeli barang bekas itu pada tahun 2006. Dulu beli pakaian bekas seperti baju-baju atau jaket di pasar senen,setelah itu akhirnya jadi tertarik dan mulai focus dan mendalami terhadap dunia thrifting itu sebenarnya dari tahun 2015 sampai saat ini “*

### 4. Faktor Ekonomi.

Motif tersebut dialami oleh kalangan milenial bogor yang mempunyai Keadaan ekonomi yang terbatas karena minimnya keuangan yang melatar belakanya untuk melakukan thrifting. Sebagian kalangan milenial yang kurang mampu untuk membeli pakaian branded yang baru akhirnya memutuskan untuk thrifting .

Dalam wawancaranya bimo selaku informan pertama mengungkapkan pengalaman sebab melakukan thrifting karena minimnya uang yang di punyai pada saat itu yang akhirnya memutuskan untuk thrifting

*“ dahulu saat awalnya saya melakukan thrifting bisa dibilang masih belum mampu atau cukup untuk membeli pakaian baru gitu,apalagi barang-barang branded seperti di toko-toko maupun di mall. maka dari itu akhirnya coba-coba melakukan*



*thrifting pada saat itu dan akhirnya sampai saat ini "*

Berikutnya terdapatnya tahapan in order to motive. dimana In order to motive ialah alibi seorang yang merujuk kepada sesuatu kondisi pada masa yang hendak tiba, dimana seseorang mempunyai keinginan buat mencapainya lewat sebagian aksi seorang pada masa saat ini serta masa yang hendak tiba. ringkasnya, in order to motive perihal yang bertujuan yang mau dicapai oleh para kalangan milenial bogor dalam melaksanakan kegiatan thrifting tersebut. In order to motive dari aksi kalangan milenial bogor dalam melaksanakan kegiatan thrifting ialah:

1. **Motif Harga yang murah.**

Tindakan instrumental terjadi ketika kalangan melianial menginginkan barang yang memiliki kualitas yang tinggi agar dapat berpenampilan menarik dan dapat dipandang orang sebagai sesuatu yang dapat dibanggakan maka bisa dijadikan tujuan melakukan thrifting. dari 5 informan tersebut yaitu, bimo, galang, syaiful, Fadhil dan herdy mengungkapkan bahwa tujuan ia melakukan thrifting karena harga barangnya relatif murah. Syaiful selaku informan kedua dalam wawancara mengungkapkan tujuan melakukan thrifting tersebut karena harganya yang murah.

*"bahwa alasan melakukan thrifting itu sendiri iya karena, ingin mencari atau membeli barang bekas yang harganya yang terjangkau dan murah. Sebenarnya bisa dibilang iya karena kurang mempunyai uang yang lebih untuk membeli baju baru maka dari melakukan thrifting "*

2. **Motif barang limited edition.**

Selain mendapatkan barang yang murah Tindakan kalangan milenial melakukan thrifting dengan alasan karena mencari barang yang limited edition tergolong tindakan rasionalitas instrumental. Tindakan rasionalitas instrumental berdasarkan alasan kalangan milenial tersebut dalam melakukan aktivitas bertujuan untuk terlihat beda dengan mendapatkan barang bekas yang berbeda dan unik dan yang model pakaiannya berjumlah terbatas sehingga tidak semua orang mempunyai barang tersebut. 2 dari 5 informan tersebut yaitu, syaiful dan herdy menceritakan alasan atau tujuan mereka thrifting selain barangnya yang muran tetapi limited atau terbatas.

Seperti herdy sebagai informan kelima mengungkapkan alasan melakukan thrifting karena mencari barang yang modelnya terbatas.

*"kalo untuk tujuan mungkin iya karena pengen dapet barang yang unik dan modelnya engga pasaran ajasih atau bisa dibilang limited edition.*

3. **Motif value barang yang tinggi.**

Kata value diartikan sebuah adanya nilai tersendiri dari barang tersebut. Yang akhir menjadi tujuan kalangan milenial bogor melakukan thrifting mencari sebuah barang bekas yang mempunyai value yang tinggi. Yang menimbulkan adanya rasa bangga sendiri Ketika mendapatkan barang bekas tapi mempunyai nilai barang tersebut tinggi. Seperti yang diungkapkan oleh syaiful informan ketiga, bahwa salah satu tujuan ia melakukan thrifting mencari barang yang mempunyai value tinggi.

*" sebenarnya selain beberapa tujuan sebelumnya ada juga alasan lain melakukan thrifting yaitu mencari sebuah barang yang mempunyai nilai yang tinggi. Ketika kita mendapatkan barang bekas yang murah pastinya dan brandnya mempunyai value yang tinggi pasti munculnya kepuasan sendiri dan rasa bangga dalam diri kita pada saat itu. Maka dari itu hal tersebut juga melatarbelakangi saya menjadi ketagihan dalam melakukan thrifting "*

4. **Motif untuk berjualan.**

Motif tersebut mengartikan bahwa Tindakan kalangan milenial melakukan thrifting juga melihat peluang bisnis saat ini. Dimana thrifting yang sedang trend di masyarakat umum atau pada kalangan milenial lainnya. Yang menjadikan tujuan melakukan thrifting selain hobby yaitu untuk di jual Kembali.

herdy menceritakan pengalaman thrifting tersebut mempunyai tujuan selain hobby mencari barang bekas menjadi penghasilan sampingan.

*" tujuannya selain hobby dulu awalnya untuk berjualan juga sih bang. Karena iya melihat peluang aja ,Ketika kita dapet barang yang valuenya tinggi bisa dijual Kembali sampai 900% kali lipat loh bang. Kenapa kita engga jual aja, iya duitnya dari hasil itu lumayan buat nambah-nambahin uang saku dan bisa di belikan barang Kembali. Iya bisa dibilang melakukan thrifting yaa jadi buat sampingan juga dalam menambah uang jajan bang saat ini "*

5. **motif Pengalaman belanja baru.**

Motif yang dialami dalam saat melakukan thrifting yaitu sebuah pengalaman baru dalam hal berbelanja yang mendorong informan untuk

melakukan thrifting. Pengalaman tersebut akhirnya menimbulkan sensasi berbeda.

Seperti dalam wawancara Fadhil selaku informan keempat menceritakan bahwa factor yang menyebabkan ia melakukan thrifting yaitu adanya sebuah pengalaman baru.

*“ alasan saya melakukan thrifting itu sebenarnya karena saya menyukai pengalaman berbelanja yang baru aja. Contohnya Ketika saya ingin melakukan thrifting di pasar. Dimana didalam pasar tersebut terdapat banyaknya toko-toko yang menjual barang bekas tersebut. Maka dari itu saya perlu untuk mengeksplorasi sudut-sudut pasar untuk mencari barang yang kita suka dan inginkan. Setelah itu kita perlu juga menseleksi terlebih dahulu barang-barang apa saja yang kita inginkan untuk dibeli karena barang nya yang bisa di bilang masih belum jelas atau random. Sedangkan berbeda Ketika kita belanja di toko-toko dimall dimana barang sudah jelas dan Ketika kita belanja dimall kalo tujuannya misalnya membeli jaket, kita langsung saja ke toko jaket yang memang menjual jaket-jaket dan mempunyai model yang bermacam-macam, berbeda dengan saat thrifting karena setiap toko belum tentu mempunyai atau menjual jaket-jaket dengan model yang sesuai kita inginkan. Sehingga timbulnya sensasi sendiri saat kita belanja barang bekas tersebut”*

### **Makna Thrifting Pada Kalangan Milenial Bogor**

Makna berkaitan dengan persepsi. Pengertian Persepsi ialah pengalaman terhadap suatu objek, peristiwa, atau hubungan yang dapat diperoleh dari panca indera. Sedangkan Makna ialah hubungan antara tanda bunyi dengan acuannya. Selain itu Makna ialah bentuk respon terhadap stimulus yang diperoleh seorang aktor dalam **sosialisasi**. Dalam kehidupannya, seseorang memberi makna kepada segala sesuatu yang ada di sekitarnya secara berkelanjutan melalui proses interaksi sosial yang akan dilakukannya. Maknanya mengalami berkembang, berevolusi dan dinamis. Individu secara sadar melekatkan makna pada realitas di sekitar mereka. Dengan kata lain, itu adalah

proses menafsirkan realitas objektif yang ada secara subjektif.

Makna thrifting yang dikatakan informan memiliki kesamaan serta bermacam- macam. Umumnya makna tersebut dapat dipengaruhi oleh adanya interaksi yang mereka jalani dengan area sekitarnya, dan pengalaman di masa kemudian serta konteks tertentu. makna pula dapat hadapi proses modifikasi sejauh pengalaman mereka dikala melaksanakan thrifting, sehingga arti yang diungkapkan juga berbeda- beda.

Adapun makna-makna kalangan milenial bogor tersebut antara lain, trifting sebagai passion, sebagai gaya hidup, thrifting sebagai habit dalam berfashion, thrifting sebagai identitas diri, dan thrifting sebagai kegiatan membeli barang bekas yang murah dan mempunyai valuei yang tinggi . Para informan mengungkapkan pengalaman mereka selama melakukan kegiatan thrifting tersebut sehingga mempengaruhi makna mereka terhadap thrifting yang mereka lakukan.

Informan yang merasa bahwa thrifting sudah menjadi passion .yang memaknai thrifting menjadi pasiion mereka. Informan setelah melakukan thrifting merasa thrifting ialah sebuah kebiasaan yang menjadi gaya hidup baru dalam berbelanja maupun dalam berpakaian, memaknai thrifting sebagai gaya hidup. Informan yang menganggap bahwa thrifting sudah menjadi identitas mereka dalam hal berfashion, memaknai thrifting menjadi identitas diri.

Adapun hasil wawancara terkait makna thrifting itu sendiri bagi kalangan milenial bogor yaitu:

Bimo sebagai informan pertama mengungkapkan makna thrifting sudah menjadi passion nya,

*“ saya sih menganggap thrifting itu udah menjadi fashion saya sih. Karena iya udah menjadi bagian hidup saya membeli barang bekas gitu sehari-hari dan merasa senang aja kalo lagi thrifting tuh dan merasa candu juga sih”*

Fadhil sebagai informan keempat menegaskan bahwa thrifting sudah menjadi gaya hidup atau habit bagi dirinya sendiri maupun bagi kalangan milenial lainnya.

*“ untuk saat ini saya sih merasa thifting sudah menjadi bagian gaya hidup saya dalam berfashion maupun dalam berbelanja. Selain itu thrifting juga bisa dibilla habit lah bagi kalangan milenial bogor lainnya jua pasti”*

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa gaya hidup masing-masing informan berkaitan dengan gaya hidup berpakaian dan berbelanja. Aspek kedua model ini tercermin dalam kebiasaan sehari-hari, interaksi antar orang lain, dan kecintaan terhadap sesuatu. Hal tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi pola belanja pada kalangan milenial bogor. Membeli baju bekas merupakan faktor yang melatar belakangi yaitu lingkungan pertemanan, faktor keluarga, faktor ekonomi dan gaya hidup belanja kalangan milenial yang memakai baju bekas sering menjadi konsumtif kalo dilihat dari intensitas belanjanya.

Penelitian ini menemukan alasan dan tujuan motivasi para milenial bogor untuk melakukan thrifting. Menurut Alfred Schutz, motivasi tersebut terbagi menjadi beberapa tipikasi. Pertama-tama dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan alasan yaitu, alasan lingkungan pertemanan, alasan lingkungan keluarga, alasan hobi, alasan ekonomi, dan alasan pengalaman belanja baru. Dalam penelitian ini juga terdapat alasan tindakan yang dilaksanakan oleh kalangan milenial di Bogor ketika memutuskan untuk membeli baju bekas. Informan memiliki motivasi yang berbeda. Perbedaan penyebab pasti berasal dari latar belakang pribadi yang berbeda. Sebelum memahami motivasi dan maknanya, dari sudut pandang kalangan milenial yang melakukan kegiatan thrifting, ada alasan mengapa mereka melakukannya, karena pada dasarnya perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh lingkungan di sekitarnya, sehingga mereka memiliki motivasi untuk melakukannya.

Tidak hanya itu, penelitian ini menciptakan sebuah alasan dari kalangan milenial bogor ialah Motif tujuan yang digunakan oleh kalangan milenial bogor tersebut ialah in order to motive yang timbul dari melaksanakan aktivitas thrifting. Aksi in order to motive tersebut yang timbul dari aksi kalangan milenial bogor dalam perihal thrifting ditipifikasi jadi sebagian jenis ialah mencari sebuah barang yang harganya relatif murah, mencari barang yang limited edition, mencari barang yang memiliki value yang tinggi dan mencari barang yang memang buat dijual Kembali.

thrifting itu sendiri memiliki arti yang berbeda-beda, dan maknanya dipengaruhi oleh interaksi mereka dengan lingkungan dan dengan diri mereka sendiri. Informan umumnya melalui tahapan-tahapan tertentu dalam menjelaskan melakukan thrifting. Mereka membangunnya dalam tiga tahap, yaitu memaknai thrifting sebagai passion mereka, thrifting sebagai gaya hidup atau kebiasaan,

dan memaknai thrifting sebagai identitas mereka dalam fashion.

## Daftar Pustaka

- Abdurasyid, M. F. (2020). *PERILAKU SOSIAL SECOND BRANDED SEBAGAI GAYA HIDUP REMAJA TULUNGAGUNG (Studi pada Remaja di Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Dewi, R. Y. (2020). *Perancangan Informasi Thrift Shop Melalui Media Board Game*. Universitas Komputer Indonesia.
- Dinah, M. (2020). *Identitas Masyarakat Urban Hypethrift Di Kota Surabaya*. 1–42.
- Kuswamo, E. (2009). *Fenomenologi: metode penelitian komunikasi: konsepsi, pedoman, dan contoh penelitiannya*. Widya Padjadjaran.
- Salim, A. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial: Buku Sumber untuk Penelitian Kualitatif edisi kedua*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sobur, A. (2013). *Filsafat Komunikasi: Tradisi dan Metode Fenomenologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, M. P. P., & Kuantitatif, P. (2011). *Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Cet. VII.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta
- ### Sumber Lain :
- Cross, L. (2018). *Privilege, Gentrification and Thrifting*. [Www.Medium.Com. https://medium.com/22westmag/privilege-gentrification-and-thrifting-6650cfb3e932](https://medium.com/22westmag/privilege-gentrification-and-thrifting-6650cfb3e932)
- Gafara, Gesha. (2018). *Why Do We Thrifting*. [Www.Ussfeed.Com. https://www.usfeed.com/why-do-we-thrifting/](https://www.usfeed.com/why-do-we-thrifting/)
- Gafara, Gesha. (2019). *A Brief History of Thrifting*. [Www.Ussfeed.Com. https://www.usfeed.com/a-brief-history-of-thrifting/](https://www.usfeed.com/a-brief-history-of-thrifting/)
- Malika, H. C. N. (2020). *Thrifting: Evolusi Barang Loak Sebagai Pop Culture*. [Www.Uc.Ac.Id. https://www.uc.ac.id/fikom/thrifting-evolusi-barang-loak-sebagai-pop-culture/](https://www.uc.ac.id/fikom/thrifting-evolusi-barang-loak-sebagai-pop-culture/)

# Fenomena Thrifting Sebagai gaya Hidup Milenial Bogor

## ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://ejournal.unesa.ac.id">ejournal.unesa.ac.id</a> Internet Source	3%
2	<a href="http://www.ussfeed.com">www.ussfeed.com</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://pshi.fisip.unila.ac.id">pshi.fisip.unila.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1%
7	<a href="http://jurnal.stkipbima.ac.id">jurnal.stkipbima.ac.id</a> Internet Source	<1%
8	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<1%
9	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1%

10	<a href="http://pauddikmasmaluku.kemdikbud.go.id">pauddikmasmaluku.kemdikbud.go.id</a> Internet Source	<1 %
11	Submitted to UPN Veteran Jawa Timur Student Paper	<1 %
12	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
13	<a href="http://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	Submitted to Southern New Hampshire University - Continuing Education Student Paper	<1 %
15	<a href="http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id">jurnal.fdk.uinsgd.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://elibrary.unikom.ac.id">elibrary.unikom.ac.id</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://bdm.unb.br">bdm.unb.br</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://ngakann93.blogspot.com">ngakann93.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://www.uc.ac.id">www.uc.ac.id</a> Internet Source	<1 %

<1 %

22

[erepo.uef.fi](http://erepo.uef.fi)

Internet Source

<1 %

23

[lib.unnes.ac.id](http://lib.unnes.ac.id)

Internet Source

<1 %

24

[jmsos.studentjournal.ub.ac.id](http://jmsos.studentjournal.ub.ac.id)

Internet Source

<1 %

25

[purnamiap.blogspot.com](http://purnamiap.blogspot.com)

Internet Source

<1 %

26

[repository.radenintan.ac.id](http://repository.radenintan.ac.id)

Internet Source

<1 %

27

[www.airitilibrary.com](http://www.airitilibrary.com)

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

# Fenomena Thrifting Sebagai gaya Hidup Milenial Bogor

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10