

MOTIVASI PENGGUNAAN *FASHION THRIFT*
(Studi Fenomenologi Alfred Schutz Pada Pelanggan Usia 20-30 Tahun Toko
***Thrift Dwishoppiikoe* Penfui Kupang)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi

Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH:

MARIA GODELIFA ADE SORAYA

43121051

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KOTA KUPANG

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Godelifa Ade Soraya

Nomor Registrasi : 43121051

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

MOTIVASI PENGGUNAAN *FASHION THRIFT* (Studi Fenomenologi

Alfred Schutz pada Pelanggan Usia 20 sampai 30 tahun di toko *Thrift*

Dwishoppiikoe)

Adalah benar karya saya sendiri yang dibimbingi oleh Ibu Innosensia E. I.Ndiki Satu, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing I dan Ibu Donna Isra Silaban, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing II Apabila ditemukan penyimpangan maka saya bersedia dituntut secara hukum.

Kupang, 28 Agustus 2025

Disahkan

Pembimbing I

Mahasiswa

Innosensia E.I Ndiki Satu . S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0831128206



Maria Godelifa Ade Soraya
No. Registrasi : 43121051

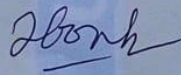
HALAMAN PENGESAHAN
MOTIVASI PENGGUNAAN *FASHION THRIFT* (Studi Fenomenologi
Alfred Schutz pada Pelanggan Usia 20 sampai 30 tahun di toko *Thrift*
Dwishoppiikoe)

Diajukan Oleh:

Nama : Maria Godelifa Ade Soraya
Program Studi : Ilmu Komunikasi
NIM : 43121051

DISETUJUI OLEH:

Penguji I



P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA
NIDN. 0807046601

Penguji II



P. Yoseph Riag, SVD, S.Fil., M.I.Kom
NIDN.1505118601

HALAMAN PENGESAHAN

MOTIVASI PENGGUNAAN *FASHION THRIFT* (Studi Fenomenologi

Alfred Schutz pada Pelanggan Usia 20 sampai 30 tahun di toko *Thrift*

Dwishoppiikoe)

Diajukan Oleh:

Nama : Maria Godelifa Ade Soraya
Program Studi : Ilmu Komunikasi
NIM : 43121051

DISETUJUI OLEH:

Pembimbing I

Innosensia E. I. Ndiki Satu, S.Sos., M.I.Kom
NIDN.0831128206

Pembimbing II

Donna Isra Silaban, Sos., M.I.Kom
1510019401

MENYETUJUI

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Innosensia E. I. Ndiki Satu, S.Sos., M.I.Kom
NIDN.0831128206

MENGESAHKAN

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang**



Drs. Frans Bapa Tokan, M.A
NIDN.0811116701

MOTTO

“SETIAP BAB ADALAH LANGKAH MAJU. SETIAP REVISI ADALAH KESEMPURNAAN. SETIAP PERJUANGAN ADALAH KEMENANGAN.”

Dengan penuh rasa syukur, karya ini penulis persembahkan kepada:

- 1. Allah Tritunggal Yang Maha Kudus, Allah Bapa, Putra dan Roh Kudus, yang senantiasa memberikan rezeki dan kesehatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.**
- 2. Bunda Perawan Maria, yang senantiasa selalu menjadi tempat perlindungan dan segala keluh-kesah penulis.**
- 3. Kepada Bapak Raymundus Mbon (ALMARHUM) yang sudah tidak ada lagi kehadirannya secara fisik tapi akan selalu ada di lubuk hati paling dalam penulis. Terima Kasih untuk segala perlindungan dan senyuman hangat yang sampai saat ini penulis ingat.**
- 4. Kepada Ibunda Tercinta Regina Sumultus yang sudah bersusah payah dan selalu memberikan yang terbaik kepada penulis, kasih sayang yang tulus dan dukungan yang sangat berarti membantu penulis menyelesaikan Skripsi ini.**
- 5. Almamater tercinta Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, menjadi tempat penulis menuntut Ilmu.**

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “**MOTIVASI PENGGUNAAN *FASHION THRIFT* (Studi Fenomenologi Alfred Schutz Pada Pelanggan Usia 20-30 Tahun Toko *Thrift Dwishoppiikoe Penfui Kupang*).**

Penelitian ini dilakukan untuk memahami berbagai motivasi para pengguna *fashion thrift* yakni pelanggan usia 20 sampai 30 tahun yang tertarik menggunakan *fashion thrift*. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca memahami berbagai fenomena yang terjadi di lingkungan sekitar, sehingga dapat dipelajari dan dikaitkan dengan teori dalam Ilmu Pengetahuan Sosial yakni Teori Alfred Schutz yakni Manusia adalah Mahluk Sosial yang memahami segala fenomena sosial yang terjadi, yang proses oleh pancaindra.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan Skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Widya Mandira.

4. Ibu Innosensia E. I. Ndiki Satu, S.Sos., M.I.Kom dan Ibu Donna Isra Silaban, S.Sos, M.I.Kom sebagai pembimbing I dan II yang senantiasa membimbing, mengarahkan dan mendukung penulis dalam menyusun penulisan skripsi ini hingga selesai.
5. Pater Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil., MA dan Pater Yoseph Rieng, SVD, S.Fil., M.I.Kom sebagai penguji I dan II yang telah memberikan banyak saran dan masukan untuk kesempurnaan penulisan skripsi ini.
6. Untuk kedua kakak kandung Klaudia Adini Mbon dan Basillia Ananda Wela Rene yang selalu memberikan dukungan dan selalu memberi nasehat kepada penulis selama proses pengerjaan Skripsi ini.
7. Untuk teman-teman kos Colorfull yang sudah sangat banyak membantu memberikan semangat kepada penulis setiap hari menjadi keluarga selama penulis berada di kupang.
8. Untuk penyanyi Raisa dengan salah satu karyanya yang berjudul “si paling mahir” yang selalu menemani penulis mengerjakan skripsi ini, lagu ini membantu penulis tetap fokus dan percaya diri selama proses pengerjaan skripsi hingga selesai.
9. Terima kasih kepada Diri sudah melewati berbagai situasi dari awal masa perkuliahan hingga sampai pada titik ini. Terima kasih sudah bertahan, berusaha dan memberikan yang terbaik, selalu bersyukur dan menjadi mengerti dan paham melalui segala proses yang dilewati.

10. Penulis juga mengucapkan Terima Kasih kepada berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah sangat banyak membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan dan para pembaca.

Kupang, 05 Agustus 2025

Maria Godelifa Ade Soraya

Abstrak

Fenomena *fashion thrift*, atau pembelian pakaian bekas berkualitas, kian populer di kalangan generasi muda. Berbeda dengan pandangan lama tentang pakaian bekas, saat ini *thrift* telah menjadi tren gaya hidup yang relevan. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi Alfred digunakan untuk mendalami pengalaman dan alasan di balik keputusan pembelian. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi bersama 4 narasumber yang menggunakan *fashion thrift*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis motivasi yang mendorong konsumen berusia 20 hingga 30 tahun untuk memilih *fashion thrift*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama konsumen muda dalam membeli *fashion thrift* dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori besar: ekonomi, ekologis, dan ekspresi diri. Secara ekonomi, harga yang jauh lebih terjangkau menjadi daya tarik utama, memungkinkan mereka memiliki lebih banyak variasi pakaian dengan anggaran terbatas. Dari sisi ekologis, kesadaran akan dampak industri fast fashion terhadap lingkungan mendorong mereka untuk mencari alternatif yang lebih berkelanjutan. Terakhir, motivasi ekspresi diri memainkan peran penting di mana mereka menemukan pakaian unik, langka, dan vintage yang tidak diproduksi secara massal, sehingga mendukung personalisasi gaya dan orisinalitas diri. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa keputusan untuk melakukan *thrift* tidak hanya didasari oleh faktor ekonomi semata, tetapi juga didukung oleh kesadaran sosial dan lingkungan yang semakin tinggi. Tren ini menunjukkan pergeseran nilai konsumsi di kalangan generasi muda yang lebih menghargai keberlanjutan, individualitas, dan praktik belanja yang lebih bijak.

Kata Kunci : Motivasi, *Fashion Thrift*, Pelanggan, Fenomenologi

Abstract

The phenomenon of fashion thrift, or the purchase of quality second-hand clothing, is becoming increasingly popular among the younger generation. Unlike old perceptions of used clothing, thrifting has now become a relevant lifestyle trend. A qualitative research method with Alfred Schutz's phenomenological approach was used to explore the experiences and reasons behind purchasing decisions. Data was collected through observation, interviews, and documentation with four informants who use fashion thrift. This study aims to identify and analyze the motivations that drive consumers aged 20 to 30 to choose thrift fashion. The results show that the main motivations for young consumers to buy thrift fashion can be classified into three major categories: economic, ecological, and self-expression. Economically, the much more affordable prices are the main attraction, allowing them to have a wider variety of clothing on a limited budget. From an ecological perspective, awareness of the fast fashion industry's impact on the environment encourages them to seek more sustainable alternatives. Lastly, the motivation for self-expression plays a significant role, as they find unique, rare, and vintage clothing that is not mass-produced, thus supporting personal style and originality. The conclusion of this study is that the decision to engage in thrifting is not only based on economic factors but is also supported by a growing social and environmental awareness. This trend indicates a shift in consumption values among the younger generation, who increasingly appreciate sustainability, individuality, and more conscious shopping practices.

Keywords: *Motivation, Fashion Thrift, Customers, Phenomenology*

DAFTAR ISI

MOTTO	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
Abstrak.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis	9
1.5.1 Kerangka Pemikiran.....	9
1.5.2 Asumsi	12
1.5.3 Hipotesis	12
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Komunikasi	15
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	15
2.2.2 Komunikasi Nonverbal.....	15
2.2.3 Unsur-unsur Komunikasi	16
2.3 Motivasi.....	17
2.4 PengertianPelanggan	18
2.5 Pengertian Fashion.....	18
2.6 <i>Thrift</i>	20
2.6.1 Pengertian <i>Thrift</i>	20
2.6.2 Manfaat <i>Thrift</i>	20

2.6.3 Faktor-Faktor Munculnya Budaya <i>Thrift</i>	21
2.7 Teori Fenomenologi Alfred Schutz.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Metode Fenomenologi Alfred Schutz.....	24
3.3 Lokasi Penelitian	25
3.4 Penentuan Informan.....	25
3.5 Alasan Pemilihan Informan.....	26
3.6 Konstruk dan Indikator Penelitian	26
3.6.1 Konstruk Penelitian.....	26
3.6.2 Indikator Penelitian	26
3.7 Sumber Data	27
3.7.1 Data Primer.....	27
3.7.2 Data Sekunder	27
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.8.1 Observasi	28
3.8.2 <i>Interview</i> (wawancara)	28
3.8.3 Dokumentasi.....	29
3.9 Teknik Analisis Data	29
3.10 Interpretasi Data.....	30
3.11 Teknik Keabsahan Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN	32
4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian	32
4.1.1. Sejarah Toko <i>Thrift</i> Dwiishopiikoe	32
4.2 Penyajian Data Informan	33
4.3 Hasil Wawancara	35
4.4 Hasil Observasi.....	51
4.5 Dokumentasi.....	54
BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	60
5.1 Analisis Data	60
5.1.1 Fenomenologi Alfred Schutz.....	60
5.2 Interpretasi Data.....	73

5.3 Konsep Motivasi Penggunaan <i>Fashion Thrift</i> Studi Fenomenologi Pada Pelanggan Usia 20 sampai 30 tahun di Toko <i>thrift</i> Dwishoppiikoe	73
5.4 Keterkaitan Antara Teori Fenomenologi Alfred Schutz dengan Motivasi Penggunaan <i>Fashion thrift</i> pada Pelanggan Usia 20 sampai 30 Tahun di Toko <i>Thrift</i> Dwiishoppikoe	87
BAB VI PENUTUP	93
6.1 Kesimpulan	93
6.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	11
-----------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	34
-----------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	55
Gambar 4.2	55
Gambar 4.3	56
Gambar 4.4	56
Gambar 4.5	57
Gambar 4.6	57
Gambar 4.7	58
Gambar 4.8	59