

SKRIPSI

**KOMUNIKASI PEMASARAN *THRIFTING* DAN PERILAKU KONSUMEN
REMAJA**

(Studi Pada *Supplier* dan *Costumer* Area Banjarmasin dan Kotabaru)

Diajukan Untuk Melengkapi Dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



DISUSUN OLEH

Shinta Fitria Ramadhani

1810414620002

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

BANJARMASIN

2023

Lembar Persembahan

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, terutama kepada Alm. Mamah saya yang selalu memberikan doa dan *support* saya dari awal penulisan proposal sampai akhirnya saya di acc untuk maju sidang skripsi, tetapi qadarullah nya mamah saya dipanggil Allah disaat saya sedang menunggu jadwal sidang skripsi sehingga beliau tidak sempat melihat saya meraih gelar sarjana, satu hal yang mau saya bilang ke mamah “mah, akhirnya ading S.I.Kom”. But it’s okay karna saya yakin takdir Allah yang terbaik.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

KOMUNIKASI PEMASARAN THRIFTING DAN PERILAKU KONSUMEN
REMAJA

(Studi Pada Supplier dan Costumer Area Banjarmasin dan Kotabaru)

- A. Nama Mahasiswa : Shinta Fitria Ramadhani
NIM : 1810414620002
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 78,06 dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 20 Februari 2023.
- C. Tim Penguji:

a. Ketua

Achmad Bayu Chandrabuwono, S.I.kom., MA
NIP. 19900108201707104001

()

b. Sekretaris

Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA
NIP. 199202182019032020

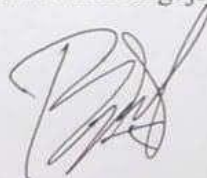
()

c. Anggota

Lalita Hanief, S.Sos., M.Si
NIP. 198707122008122001

()


Banjarmasin, 27 Februari 2023
Ketua Tim Penguji,



Achmad Bayu Chandrabuwono, S.I.kom., MA
NIP. 19900108201707104001

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM




Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 19730122 199802 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shinta Fitria Ramadhani
Tempat/Tanggal Lahir : Kotabaru, 06 Januari 2000
NIM : 1810414620002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Alamat : Jl. Hidayah Pembangunan II, Semayap Kotabaru

Dengan ini menyatakan sesungguhnya skripsi yang berjudul **“KOMUNIKASI PEMASARAN *THRIFTING* DAN PERILAKU KONSUMEN REMAJA (Studi pada *Supplier* dan *Costumer* Area Banjarmasin dan Kotabaru)”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Yang mana skripsi ini merupakan hasil penelitian peneliti dan bukan merupakan hasil plagiasi. Apabila dikemudian hari terdapat adanya penyimpangan dan peniruan dalam penelitian ini, maka penulis bersedia menerima sanksi sebagaimana mestinya, sesuai dengan hukum dan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 13 Maret 2023

Yang membuat pernyataan,

Shinta Fitria Ramadhani



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 0886/UN8.1.13/KS.01.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara :

1. Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A
2. Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA
3. Lalita Hanief, S.Sos., M.Si

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Shinta Fitria Ramadhani
NIM : 1810414620002
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Thrifting dan Perilaku Konsumen
Remaja (Studi pada Supplier dan Customer Area
banjarmasin dan Kota Baru)

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Senin, 20 Februari 2023
J a m : 13.30 WITA - Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 18 Februari 2023
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin Dua Puluh Februari Dua Ribu Dua Puluh Tiga, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 0886/UN8.1.13/KS.01.00/2023 tanggal 18 Februari 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Shinta Fitria Ramadhani
NIM : 1810414620002
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Thrifling dan Perilaku Konsumen Remaja (Studi pada Supplier dan Customer Area banjarmasin dan Kota Baru)

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 13.30 s/d selesai
Nilai : 78,06 (A-)
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal :

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Shinta Fitria Ramadhani

1. Ketua : Achmad Bayu C, S.Ikom.,M.A
()
2. Sekretaris : Putri Ayu Hidayat R,S.Pd.,MA
()
3. Anggota : Lalita Hanief,S.Sos.,M.Si
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. D e k a n
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dr. Yuanita Setyastuti,S.IP.,M.Si
NIP. 198208212006042002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Shinta Fitria Ramadhani
NIM : 1810414620002
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Thrifting dan Perilaku Konsumen Remaja (Studi pada Supplier dan Customer Area banjarmasin dan Kota Baru)

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A	79	
2.	Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh,S.Pd.,MA	78	
3.	Lalita Hanief,S.Sos.,M.Si	79	
Jumlah		233	
Nilai Rata-rata		77,67	Nilai Akhir = 78,06 (A-)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 20 Februari 2023

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0

ABSTRAK

Shinta Fitria Ramadhani. 1810414620002. 2023. Komunikasi Pemasaran Thrifting Dan Perilaku Konsumen Remaja (Studi Pada *Supplier* dan *Costumer* Area Banjarmasin dan Kotabaru). Dibawah Bimbingan Achmad Bayu Chandrabuwono.

Fenomena *thrifting* menyebabkan *thrift shop* menjadi lebih populer karena pasar konsumen pakaian bekas yang terus bertumbuh. masyarakat banyak yang memanfaatkan *trend* ini dengan bisnis perdagangan pakaian *thrift* dengan melihat bahwa target pasar *thrift* cukup banyak dan juga keinginan konsumen terhadap produk-produk dari *thrifting*.

Penelitian ini bertujuan mengetahui komunikasi pemasaran *thrifting* dan perilaku konsumen *thrifting* pada remaja di kota Banjarmasin dan Kotabaru. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan komunikasi pemasaran *thrifting* area Banjarmasin dan Kotabaru dalam 5 bauran promosi komunikasi pemasaran yang pertama pada konsep *Advertising* para penjual tidak melakukan pemasangan iklan. Kedua dalam konsep *Sales Promotion* penjual melakukan pemberian diskon secara langsung kepada pembeli. Ketiga dalam konsep *Personal Selling* penjual mengenalkan produknya secara langsung kepada pembeli dengan tatap muka. Keempat dalam konsep *Public Relations* para penjual tidak mengikuti *event* kegiatan masyarakat, ataupun membantu dalam hal kegiatan masyarakat atas nama tokonya. Kelima dalam konsep *Direct Marketing* interaksi penjual dengan pembeli melalui tatap muka dan juga melalui *telemarketing*. Pada perilaku konsumen membeli barang *thrifting* dikarenakan barang *branded* tetapi harga yang relatif murah.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, *Thrifting*, Perilaku Konsumen

ABSTRACT

Shinta Fitria Ramadhani. 1810414620002. 2023. *Marketing Communications Thrifting and Adolescent Consumer Behavior (Studies in Supplier and Customer Areas of Banjarmasin and Kotabaru). Under the Guidance of Achmad Bayu Chandrabuwono.*

The thrifting phenomenon has made thrift shops increasingly popular because the consumer market for used clothes continues to grow. Many people are taking advantage of this trend with the thrift clothing trading business by seeing that the target market for thrift is quite large and also the desire of consumers for products from thrifting. This study aims to determine thrifty marketing communication and frugal consumer behavior among adolescents in the cities of Banjarmasin and Kotabaru.

The approach in this research is a qualitative approach with a descriptive research type using data collection techniques through observation, interviews, and documentation.

The results of the study show that thrifting marketing communications in the Banjarmasin and Kotabaru areas in the first 5 marketing communication promotion mixes on the Advertising concept, the sellers do not place advertisements. Second, in the concept of Sales Promotion, the seller gives discounts directly to the buyer. Third, in the Personal Selling concept, the seller introduces his product directly to the buyer face to face. Fourth, in the concept of Public Relations, sellers do not participate in community activity events, or assist in community activities on behalf of the shop. Fifth, in the concept of Direct Marketing, the interaction between sellers and buyers is face-to-face and also through telemarketing. In consumer behavior, buying thrifting goods is due to branded goods but relatively cheap prices.

Keywords: Marketing Communication, Thrifting, Consumer Behavior

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Komunikasi Pemasaran *Thriftling* dan Perilaku Konsumen Remaja (Studi pada *Supplier* dan *Costumer* Area Banjarmasin dan Kotabaru) sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, petunjuk serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA selaku Dosen Penguji II Pada sidang skripsi.
5. Ibu Lalita Hanief, S.SOS., M.SI selaku dosen penguji II pada sidang skripsi

6. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., MA selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu, membimbing serta mendukung penulis dengan penuh kesabaran sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Bapak Dr. Fahrianoor, S.IP, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik selama masa perkuliahan saya yang telah banyak memberikan masukan nasihat serta motivasi.
8. Seluruh dosen yang telah sabar membimbing, mendidik dan memberi banyak bekal pengetahuan serta pengalaman berharga yang diterima penulis selama masa perkuliahan di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat.
9. Seluruh staf prodi ilmu komunikasi dan staf FISIP ULM yang telah banyak membantu dalam hal pemberkasan dan hal lainnya selama masa perkuliahan sampai akhir perkuliahan.
10. Kepada keluarga tercinta, Ayahanda, Ibunda, Kakak-kakak, serta seluruh keluarga besar terima kasih atas segala doa, dukungan, nasihat, motivasi, dan jerih payah yang luar biasa telah diberikan sehingga membuat penulis lebih semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada para informan penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu dan memberikan informasi terkait penyelesaian penelitian ini.
12. Kepada teman-teman angkatan 2018 Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan penulis semangat, doa, hiburan dan kebersamaan perjuangan perkuliahan selama kurang lebih 4 tahun ini.

13. Kepada sahabatku Gusti Indah dan Desty yang telah menemani penulis dalam pembuatan skripsi ini terima kasih banyak telah meluangkan waktunya untuk menemani dalam proses penyelesaian skripsi ini serta memberikan doa, dukungan, hiburan, motivasi, dan semangatnya.

14. Untuk diriku sendiri terimakasih sudah berjuang sejauh ini, terimakasih sudah kuat sampai saat ini meskipun dalam proses penyelesaian skripsi ini sedikit tertinggal dari teman-teman tidak apa-apa, terus kejar mimpi dan bahagiakan kedua orang tua.

Penulis menyadari bahwa tidak ada satupun manusia yang sempurna, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan karya ini. Meski demikian, penulis berharap semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya dan juga pembaca karya ini.

Banjarmasin, Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
<u>1.1.</u> Latar Belakang Masalah.....	1
<u>1.2.</u> Rumusan Masalah.....	9
<u>1.3.</u> Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
<u>1.4.</u> Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
<u>1.4.1.</u> Manfaat Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
<u>1.4.2.</u> Manfaat Praktis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1. Penelitian Sejenis.....	Error! Bookmark not defined.
2.2. Tinjauan Konseptual.....	20
2.2.1. Komunikasi.....	20
2.2.2. Komunikasi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3. <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	32
<u>2.2.3.</u> Perilaku Konsumen.....	34
<u>2.2.4.</u> <i>THRIFTING</i>	37

2.3. Tinjauan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1. Teori AIDA.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.2. Teori SOR.....	40
2.4. Kerangka Pemikiran	41
BAB III.....	42
METODE PENELITIAN	42
3.1. Pendekatan Penelitian.....	42
3.2. Tipe Penelitian	42
3.3. Objek Penelitian	43
3.4. Informan penelitian	43
3.5. Jenis dan Sumber Data	44
3.5.1. Jenis Data.....	44
3.5.2. Sumber Data.....	45
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6.1. Wawancara.....	45
3.6.2. Observasi.....	46
3.6.3. Dokumentasi.....	46
3.7. Teknik Analisis Data	46
3.7.1. Reduksi Data.....	47
3.7.2. Penyajian Data.....	47
3.7.3. Penarikan Kesimpulan.....	48
3.8. Triangulasi Metode	48
3.9. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	49
BAB IV.....	50
HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Gambaran Umum.....	50
4.1.1. Jenis Produk Thrifting.....	50
4.1.2. Karakteristik Konsumen.....	52
4.1.3. Karakteristik Informan.....	52

4.2. Hasil Penelitian.....	53
4.2.1. Komunikasi Pemasaran dan Perilaku Konsumen <i>Thrifting</i> pada Remaja di Kota Banjarmasin dan Kotabaru.....	54
4.2.1.1. Komunikasi Pemasaran <i>Thrifting</i> di Kota Banjarmasin dan Kotabaru...54	
4.2.1.2. Perilaku Konsumen <i>Thrifting</i>	65
4.3. Pembahasan.....	73
4.3.1. Komunikasi Pemasaran <i>Thrifting</i>	73
4.3.2. Perilaku Konsumen <i>Thrifting</i> Remaja.....	86
BAB V.....	90
PENUTUP.....	90
5.1. Kesimpulan.....	90
5.2. Saran.....	91
5.2.1. Saran Praktis.....	91
5.2.2. Saran Akademis.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA.....	95
LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA.....	98
LAMPIRAN VERBATIM WAWANCARA.....	106
LAMPIRAN DOKUMENTASI.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jualan dan Konsumen <i>Thrifting</i> di Banjarmasin.....	6
Tabel 2.1 Matriks Penelitian Sejenis.....	15
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	44
Tabel 3.2 Matriks Waktu Penelitian.....	49
Tabel 4.1. Informan Penelitian.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perkembangan Pasar <i>Thrifting</i> Indonesia.....	6
Gambar 3.1. Triangulasi Metode.....	48
Gambar 4.1. Brand Uniqlo.....	51
Gambar 4.2. Brand H&M.....	51
Gambar 4.3. Brand Converse.....	52
Gambar 4.4. Promosi Penjualan.....	59
Gambar 4.5. <i>Personal Selling</i>	62
Gambar 4.6. Direct Marketing.....	65
Gambar 4.7. Pemilihan Barang <i>Thrifting</i> dari Calon Konsumen.....	65
Gambar 4.8. Konsumen <i>Thrifting</i>	7

