

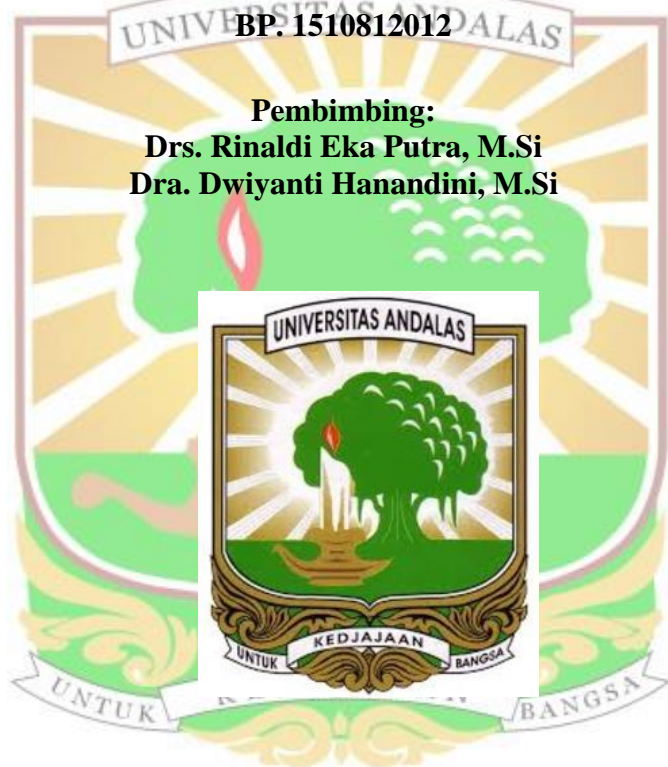
**FENOMENOLOGI PEMBELI PAKAIAN BEKAS  
KELAS MENENGAH MEMBELI PAKAIAN  
BERMERK DI TOKO PAKAIAN BEKAS  
(Studi Dua toko Pakaian Bekas di Kota Padang)**

**SKRIPSI**

Oleh

**ALDO RIDO  
BP. 1510812012**

**Pembimbing:  
Drs. Rinaldi Eka Putra, M.Si  
Dra. Dwiyanti Hanandini, M.Si**



**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG 2021**

**FENOMENOLOGI PEMBELI PAKAIAN BEKAS  
KELAS MENENGAH MEMBELI PAKAIAN  
BERMERK DI TOKO PAKAIAN BEKAS  
(Studi Dua toko Pakaian Bekas di Kota Padang)**

**SKRIPSI**

**Tugas untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Sosial  
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas**



**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG 2021**

## ABSTRAK

**ALDO RIDO. 1510812012. Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas Padang. Judul Skripsi: FENOMENOLOGI PEMBELI PAKAIAN BEKAS KELAS MENENGAH MEMBELI PAKAIAN BERMERK DI TOKO PAKAIAN BEKAS. Pembimbing I Drs. Rinaldi Eka Putra. M.Si Pembimbing II Dra. Dwiyanti Hanandini, M.Si**

Pada zaman modern ini kebutuhan manusia semakin beragam. Tingkat kebutuhan masyarakat yang semakin beragam dan terus menerus mengalami progres mengakibatkan masyarakat kesulitan dalam hal menentukan mana kebutuhan primer dan yang mana kebutuhan sekunder. Namun, dari sekian banyak kebutuhan manusia, kebutuhan pangan, sandang, dan papan masih menjadi kebutuhan pokok yang mesti selalu menempati urutan atas dalam hal permintaan kebutuhan masyarakat terhadap pakaian. Saat ini, penggunaan pakaian tidak hanya sebatas sebagai penghangat tubuh dan penutup aurat saja, tetapi juga sebagai penghias tubuh dan sebagai penunjuk status sosial. Pakaian merupakan alat penutup tubuh yang akan memberikan kepantasan, kenyamanan serta keamanan dalam kehidupan sehari-hari. Selain sebagai penutup tubuh, dari aspek sosial dan ekonomi pakaian juga mempunyai fungsi lain yang dapat menunjukkan lambang status atau identitas seseorang.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif tipe deskriptif. Informan menggunakan *purposive sampling* dan mengumpulkan data menggunakan teknik observasi dan wawancara mendalam. Teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teori Fenomenologi dari Alfred Shutz. Teori melibatkan *because motive* dan *in order to motive* yang merujuk pada alasan seseorang dalam melakukan sesuatu. Pendekatan fenomenologi menggunakan pola pikir subjektifitas yang tidak hanya memandang masalah dari suatu gejala yang tampak, akan tetapi berusaha menggali makna dibalik setiap gejala tersebut.

Motif masyarakat kelas menengah ke atas membeli pakaian bermerk di toko pakaian bekas terdapat *because motive* dan *in order to motive*. Pada *because* motif adanya dianggap golongan kelas atas dan pakaian branded langka dan mahal jika dibeli dalam kondisi baru. Pada *in order to motive* terdapat suatu penghargaan dari orang lain, menjadi pusat perhatian, menaikkan status sosial, serta investasi dan berhemat.

**Kata Kunci: Motif, Kelas Menengah Keatas, Pakaian Bekas Bermerk.**

## ABSTRACT

**ALDO RIDO. 1510812012. Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences, Andalas University, Padang. Thesis Title: The Motives of Upper Middle Class Society Buying Branded Clothing at Used Clothing Stores. Advisor I Drs. Rinaldi Eka Putra. M.Si Advisor II Dra. Dwiyanti Hanandini, M.Si**

In this modern age human needs are increasingly diverse. The increasingly diverse and continuous level of community needs has resulted in people having difficulty in terms of determine which primary needs and which are secondary needs. However, of the many human needs, food needs, clothing, and boards are still the basic needs that must always rank at the top in terms of the demand for people's needs for clothing. Currently, the use of clothing is not only limited to body warmers and cover the awrah only, but also as a body decorator and as a social indicator. Clothing is a body covering tool that will provide appropriateness, comfort and safety in daily life. In addition to covering the body, from the social and economic aspects of clothing also has other functions that can show the symbol of a person's status or identity.

This study uses a qualitative approach of deskcriptive type. Informants use purposive sampling and collect data using observation techniques and in-depth interviews. The theory used in this study uses the Phenomenological theory of Alfred Shutz. Theory involves because motive and in order to motive which refers to a person's plinth in doing something. Phenomenological approach uses a subjectivity mindset that not only looks at the problem of a visible symptom, but tries to explore the meaning behind each symptom.

The motive of the upper middle class people buying branded clothing in used clothing stores there is because motive and in order to motive. Because the motive is considered high class and branded clothing is rare and expensive if purchased in new conditions. In order to motive there is an appreciation from others, being the center of attention, raising the status of sosisil, as well as inverse and frugality.

**Keywords: Motif, Upper Middle Class, Branded Used Clothing.**