

**VINTAGE DAN IDENTITAS (TREND PENGGUNAAN BUSANA
VINTAGE DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM
INDONESIA)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Oleh

ALYSA CHAIRUNNISA SINUHAJI

17321133

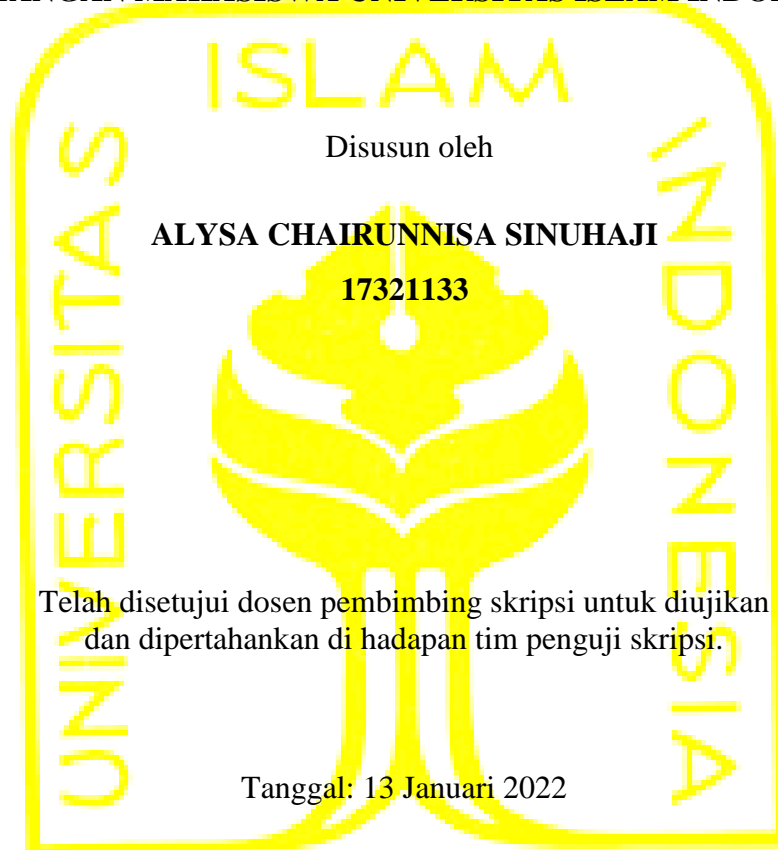
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

2021

LEMBAR PERSETUJUAN


SKRIPSI

**VINTAGE DAN IDENTITAS (TREND PEMAKAIAN BUSANA VINTAGE DI
KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA)**



Dosen Pembimbing Skripsi,

الإمامة الإسلامية


Puji Rianto, S.IP., MA
NIDN 0503057601

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

VINTAGE DAN IDENTITAS (*TREND* PENGGUNAAN BUSANA VINTAGE DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA)

Disusun oleh

ALYSA CHAIRUNNISA SINUHAJI

17321133

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 23 Januari 2022

Dewan Penguji :

1. Puji Rianto, S.IP.,MA
NIDN 0503057601
2. Sumekar Tanjung, S.Sos.,M
NIDN 0514078702

()
()

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan
Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia



Puji Hariyanti, S.Sos.,M.I.Kom.

NIDN 0529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Alysa Chairunnisa Sinuhaji

Nomor Mahasiswa : 17321133

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Tangerang, 25 Desember 2021

Yang menyatakan,



Alysa Chairunnisa S.

17321133

HALAMAN MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(QS. Surah Ash-Sharh : 5-6)



PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada :

1. Mama, Papa, dan Keluarga Penulis
2. Para pendukung ilmu pengetahuan

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah, Tuhan yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi panutan dan mengajarkan agama islam hingga akhir zaman. Adapun maksud dari penulisan karya ilmiah dengan judul "***Vintage dan Identitas (Trend Penggunaan Busana Vintage di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)***" ini adalah sebagai pelengkap persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Universitas Islam Indonesia.

Dengan segala keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, penulis akhirnya berhasil menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Tentunya penulis mengaku bahwa selama proses menyelesaikan tugas akhir ini, terdapat banyak pihak yang ikut berperan penting memberikan nasihat, doa, bantuan finansial hingga dorongan emosional yang sangat membantu penulis menyelesaikan penulisan ini. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua penulis, Mama Riana Januari Bangun dan Papa Aswin Sinuhaji yang senantiasa memberikan kasih sayang sedari penulis kecil serta tak luput memberikan nasihat, doa, kepercayaan, dan bantuan finansial bagi penulis. Tak lupa juga kepada adik-adik penulis, Elyana Hanin Sinuhaji dan Lukman Hakim Sinuhaji yang ikut berperan memberikan semangat demi segera menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Puji Rianto, S.IP.,MA selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa meluangkan waktu dan pikirannya dalam membantu dan membimbing penulis ketika merasa kebingungan mengerjakan skripsi.
4. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos.,M.I.Kom selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
5. Para informan penelitian yang mana tanpa kehadiran mereka tugas akhir dari penulis tidak akan terlaksana dengan baik.
6. Untuk orang yang terus-menerus mendengarkan keluh-kesah penulis perihal penyelesaian skripsi maupun hal-hal diluar skripsi, ikut serta membantu membereskan tugas-tugas selama perkuliahan, menemani dan memberikan dukungan emosional disaat susah maupun senang, M. Valiant Dwinanda.
7. Sahabat seperjuangan penulis semasa kuliah, Fadilla Silvia Suhartono, Zakiyyah Ainun N, Naufal Arfino, dan Ricko Rizal Bayupratama yang sudah menemani, menghibur, dan membantu penulis. Untuk Sakinah Ihtisyam, Fathiya Al'uzma, Nur Annisa, dan Mega Lusi yang sudah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran sedari bangku sekolah untuk menjadi teman baik semasa sulit dan teman asik semasa senang. Juga

- teruntuk teman-teman main penulis, Akbar Priandanu, Haninda salsabillah, Salsabila Syafiq, Maulida Fitria Averoes, dan Hasnah Rafika.
8. Untuk teman-teman *sharing* dan diskusi perihal penyelesaian tugas akhir penulis, Nadia Sofiyanti, Lana Fadhila dan Arvannya P.
 9. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi UII angkatan 2017 yang merupakan teman semasa kuliah.
 10. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada diri sendiri karena tidak pernah menyerah untuk berjuang melewati masa-masa sulit hingga saat ini. Serta seluruh pihak terkait yang mungkin tidak dapat disebutkan oleh penulis satu-persatu.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah berkenan untuk membalas segala kebaikan dan keikhlasan semua pihak yang telah secara langsung maupun tidak sudah membantu. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan-kekurangan dari penulisan ini, maka dari itu penulis mengharap masukan dan saran yang bersifat membangun dalam pengembangan di masa mendatang. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang bersangkutan dan mampu menjadi referensi baru bagi penelitian serupa. Aamiin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Tangerang, 25 Desember 2021

Penulis



Alysa Chairunnisa Sinuhaji

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iv
HALAMAN MOTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Landasan Teori	7
G. Metode Penelitian	13
BAB II BUSANA VINTAGE	
A. Awal Mula Busana <i>Vintage</i>	19
B. Perkembangan Busana <i>Vintage</i> di Indonesia	22

C. Penggemar Busana *Vintage* di Indonesia..... 29

D. *Vintage* Sebagai Gerakan Perlawanan36

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Membangun Diri Unik 41

B. Latar Berlakng Dalam Memilih Identitas Busana..... 46

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

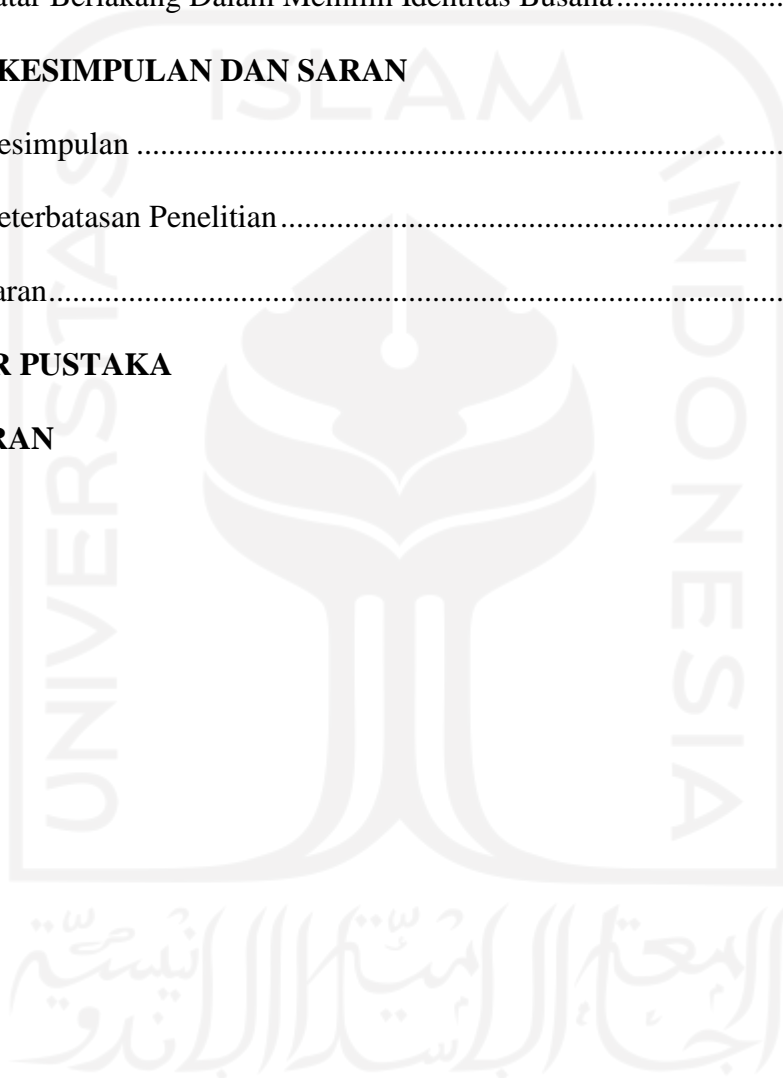
A. Kesimpulan 51

B. Keterbatasan Penelitian..... 52

C. Saran..... 53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Busana <i>Vintage</i> Pria Tahun 1950-an.....	23
Gambar 2.2 Busana <i>Vintage</i> Wanita Tahun 1950-an.....	23
Gambar 2.3 Busana <i>Vintage</i> Pria Tahun 1960-an.....	24
Gambar 2.4 Busana <i>Vintage</i> Wanita Tahun 1960-an.....	25
Gambar 2.5 Busana <i>Vintage</i> Pria Tahun 1970-an.....	26
Gambar 2.6 Busana <i>Vintage</i> Wanita Tahun 1970-an.....	26
Gambar 2.7 Busana <i>Vintage</i> Pria Jeans on Jeans Tahun 1980-an.....	27
Gambar 2.8 Busana <i>Vintage</i> Wanita Bahan Parasut Tahun 1980-an.....	27
Gambar 2.9 Tampilan Busana Jaket dan Jump Suit Denim Tahun 1990-an	28
Gambar 2.10 Tampilan Busana Kemeja Flannel Tahun 1990-an.....	28
Gambar 2.11 Hasil Pencarian #Toko <i>Vintage</i> Di Instagram.....	31
Gambar 2.12 Hasil Pencarian Toko <i>Vintage</i> Di Instagram.....	31
Gambar 2.13 Hasil Pencarian #JualBaju <i>Vintage</i> di Instagram	32
Gambar 2.14 Hasil Pencarian Jual Baju <i>Vintage</i> di Internet.....	32
Gambar 2.15 <i>Fashion Blogger</i> dan Desainer Indonesia Berbusana <i>Vintage</i>	34
Gambar 2.16 Beberapa Artis Indonesia Pesta Bertema <i>Vintage</i>	35
Gambar 2.17 Grafik Pengguna Produk <i>Fast Fashion</i> di Dunia	49

ABSTRAK

Chairunnisa, Alysa Sinuhaji. (2021). *Vintage* dan Identitas (*Trend* Penggunaan Busana *Vintage* di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia). (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2021

Trend fashion dan busana merupakan sebuah hal yang sudah ada sejak dulu dan terus mengalami perubahan seiring perkembangan teknologi. Sejalan dengan hal tersebut pemaknaan mengenai busana kemudian ikut mengalami perubahan. Busana bukan lagi sebuah hal yang dimaknai sebagai pelindung tubuh seseorang melainkan sebagai alat komunikasi bagi pemakainya kepada lingkungannya. Busana dikatakan dapat menyampaikan pesan apa dan siapa penggunanya melalui simbol-simbol yang melekat pada busana tersebut. Perkembangan zaman saat ini membawa sebuah *trend* baru dikalangan masyarakat Indonesia, yakni busana *vintage*. Baru-baru ini *vintage* muncul menjadi sebuah *trend* yang kuat terutama dikalangan generasi muda. Dalam hal ini *vintage* digunakan untuk menggambarkan mode busana berkelas dan antik sehingga busana *vintage* dirasa mampu menciptakan sebuah penilaian bagi penggunanya melalui ornamen-ornamen yang terdapat pada busana tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi motif-motif dan latar belakang para pengguna busana *vintage* dalam memilih mode tersebut sebagai busana mereka sehari-hari. Selain itu penelitian ini juga mencoba mengungkap bagaimana sesungguhnya pandangan masyarakat mengenai busana *vintage*. Penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling* dengan melakukan pendekatan kualitatif dan strategi etnografi. Informan dalam penelitian ini berjumlah empat orang penggemar busana *vintage* yang merupakan mahasiswa Universitas Islam Indonesia dengan latar belakang jurusan yang berbeda. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa jawaban yang didapat cukup bervariasi mengenai apa motif-motif dan latar belakang informan dalam menggunakan busana *vintage*. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa penilaian seseorang terhadap para pengguna *vintage* beragam tergantung dari apa yang digunakan dan siapa yang menggunakannya.

Kata Kunci: *Vintage*, Identitas, Fashion, Busana, dan Komunikasi.

ABSTRACT

Chairunnisa, Alysa Sinuhaji. (2021). Vintage and Identity (Vintage Fashion Trends Among Universitas Islam Indonesia Students). (Bachelor's Thesis) Communication Science, Faculty of Psychology and Social Culture Sciences, Universitas Islam Indonesia. 2021

Clothing and fashion trends have been around for a long time and continue to evolve with technological advancements. As a result, the meaning of clothing transforms. Clothing is no longer perceived simply as a means of protecting one's body, but also as a medium of communication between the wearer as well as the surroundings. The symbols connected to garments are claimed to be able to convey what message and who its users are. The expansion of the current era represents a new trend among the Indonesian people, namely the vintage fashion trend. Vintage has recently been a popular fashion, particularly among the younger generations. Vintage is utilized to indicate classy and ancient fashion in this situation, and vintage clothing is said to be capable of producing a social identity for its wearers through the clothing's traits, indications, and embellishments. The purpose of this research was to discover the motivation and backgrounds of vintage clothes consumers who choose these fashion to express their daily identity. In addition, this research aims to show how antique clothing might help people build social identities. With a qualitative methodology and an ethnographic strategy, this study employs a snowball sampling technique. There were four participants in the study, all of whom were vintage clothing enthusiasts and students at the Islamic University of Indonesia, each one with a different major. Based on the findings of the interview, it was discovered that the informants' motivations and backgrounds for wearing antique clothes were hugely varied. According to the findings of this study, one's opinion of antique users varies based on what is used and who uses it.

Key words: Vintage; Identity; Fashion; Clothing; Communication

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Munculnya globalisasi mempengaruhi perkembangan budaya di berbagai Negara. Globalisasi membuat interaksi antar manusia menjadi bebas dan tak terbatas. Tidak hanya informasi yang dapat disebarkan dengan cepat, namun berbagai jenis budaya dan *trend fashion* dari berbagai sumber pun ikut dengan mudah dibagikan melalui teknologi yang ada keseluruh penjuru dunia (Kaparang, 2013)

Fashion sendiri merupakan kombinasi dari gaya dan style yang dipilih dan digemari oleh masing-masing orang sebagai identitas mereka, dengan kata lain *fashion* diartikan sebagai budaya atau mode. Menurut Setiawan (2020), *fashion* atau mode tidak hanya dihubungkan dengan gaya berbusana saja, akan tetapi berkaitan juga dengan aksesoris, kosmetik, gaya rambut dan lain-lain yang mampu menunjang penampilan seseorang. Namun, jenis *fashion* yang paling cepat berkembang di dunia adalah busana karena busana merupakan item yang lebih cepat mengalami pergantian model dan item yang paling banyak dibeli dibandingkan produk lainnya.

Mode dan budaya berbusana sudah ada sejak dulu dan akan terus berubah seiring berjalannya waktu. Karena peradaban manusia telah mengalami kemajuan pesat yang didukung oleh perkembangan teknologi menjadikan hal ini berdampak terhadap generasi X yang kini telah berubah menjadi generasi era digital dalam membentuk *trend fashion* mereka sendiri.

Dalam E-Journal Acta Diurna Volume V, Mastura (2016) berpendapat bahwa busana merupakan sebuah silent language, dimana busana dapat berkomunikasi melalui simbol-simbol verbal maupun non-verbal. Eco (Ibrahim, 2011) mendefinisikan busana sebagai alat semiotika, busana merupakan mesin komunikasi. Ketika pakaian digunakan oleh seseorang, maka busana tersebut secara tidak langsung “memberi pernyataan” tentang individu tersebut bahkan ketika seseorang itu tidak sedang menunjukkan ketertarikan terhadap *fashion*. Orang lain akan tetap menafsirkan suatu pesan yang disampaikan oleh cara berbusana orang tersebut

Topik mengenai busana sesungguhnya berbicara mengenai diri individu. Melalui busananya seseorang dapat mengungkapkan identitas sebagai kelompok maupun personal. (Umma, 2016) busana diciptakan bertujuan agar si pengguna merasa nyaman ketika memakainya. Menurutnya, busana juga dapat dijadikan sebagai pembeda sosial bagi penggunanya seperti gender dan usia. Untuk itu, maka busana dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk pencitraan dimana busana berfungsi sebagai pembentuk status sosial dan standarisasi norma di masyarakat. Seperti di masyarakat Indonesia, gaya berbusana yang digunakan oleh seseorang membantu mengidentifikasi selera, asal-usul, hingga pekerjaan orang tersebut.

Dewasa ini, *trend* pakaian *vintage* kembali diminati oleh sebagian besar masyarakat, khususnya generasi muda di Indonesia (Juditha, dkk, 2015). Baru-baru ini *vintage* telah muncul menjadi *trend* mode yang lebih kuat. Cassidy dan Bennet (2012: 240) berpendapat bahwa gerakan ini menunjukkan potensi yang akan terus meningkat seiring dengan melihat minat baru masyarakat terhadap produk-produk *vintage*. Tidak hanya busana, pernak-pernik bergaya *vintage* seperti kamera jadul, tas hingga jam tangan bermodel klasik pun menjadi salah satu benda yang sedang *trend* pada masa sekarang.

Istilah “*vintage*” digunakan untuk menggambarkan *trend fashion* berkelas pada 1900-an hingga 1980-an. Menurut artikel Hipwee (2017), *vintage* merupakan busana yang diadaptasi dari tahun 20-an hingga 60-an dengan gaya busana yang feminin dan didominasi dengan warna soft. Pakaian *vintage* biasanya tidak lepas dari corak polkadot, garis-garis, bunga, maupun polos. Penggunaan kerah bulat dan pita besar, rok A-Line di bawah lutut, celana pendek di atas pinggang, hingga blouse tanpa lengan merupakan item *vintage* yang cukup populer di kalangan wanita. Seabad yang lalu, kata “*vintage*” digunakan dalam konteks busana mewah untuk menggambarkan pakaian musim lalu yang mana tanggal produksinya diperbaharui dengan cara memodifikasinya ke mode dan gaya busana musim yang akan datang. Namun sekarang, kata tersebut mengacu kepada pakaian dengan “usia” tertentu yang dihargai dari waktu pembuatannya, (Jens, 2015: 1).

Salah satu keunikan yang menjadi daya tarik dari busana *vintage* belakangan ini adalah biasanya mereka ditemukan jarang berjumlah lebih dari satu dalam bentuk yang sama. Hal ini membuat para penggemar pakaian *vintage* merasa memiliki koleksi langka dan unik. Harga yang ditawarkan untuk produk barang-barang *vintage* terbilang beragam

tergantung dari kualitas, merk, tahun produksi dan kelangkaan barang tersebut. Semakin langka dan lama tahun pemasaran dari barang tersebut maka biasanya harganya akan semakin mahal.

Belakangan ini, busana *vintage* terlihat menjadi sebuah *trend* yang digemari oleh mahasiswa khususnya di Universitas Islam Indonesia yang terletak di Yogyakarta, Indonesia. Universitas atau kampus merupakan sebuah tempat yang dapat dijadikan sebagai pembentuk identitas seseorang di dalam sebuah kelompok masyarakat melalui berbagai cara salah satunya adalah cara mereka berpakaian. Kampus dinilai sebagai tempat dimana seseorang atau kelompok dapat menunjukkan seperti apa diri mereka akan dikenal ataupun bagaimana orang lain dapat menilai diri mereka. Identitas sosial pada dasarnya merupakan pengetahuan seseorang bahwa dirinya merupakan salah satu bagian dari sebuah kategori atau sebuah kelompok sosial. Kelompok sosial merupakan kumpulan orang-orang yang memiliki kesamaan pandangan sosial maupun orang-orang yang melihat diri mereka sebagai individu yang memiliki “ciri-ciri” yang sama sebagai anggota kategori sosial tertentu. Dalam hal ini dapat dicirikan melalui *fashion* seseorang.

Saat ini *fashion* merupakan bagian yang tidak luput dari penampilan dan gaya keseharian. *Fashion* dapat meliputi tampilan seperti busana, aksesoris hingga gaya hidup seseorang. Barang-barang seperti busana serta aksesoris yang dikenakan bukan lagi hanya sebagai pelindung tubuh dan sebuah hiasan, melainkan menjadi sebuah alat berkomunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi seseorang (Hendariningrum, dkk, 2008). Selanjutnya menurut Enwistle (dalam Lieshout, 2021), busana memerankan peran yang cukup krusial dalam merepresentasikan diri seseorang terhadap lingkungannya, dimana Enwistle mengumpamakan busana sebagai sebuah kendaraan bagi individu untuk mengumumkan identitasnya seperti mengungkapkan suasana hatinya, nilai pribadinya, tujuan kegiatannya, serta menggambarkan sikapnya yang kemudian disimpulkan oleh Muggleton (dalam Lieshout, 2021) sebagai alat mediasi antara sebuah individu atau diri seseorang dengan lingkungan sosialnya berada. Hal ini karena busana dianggap dapat mengenalkan secara non-verbal “apa” dan “bagaimana” seorang penggunanya lewat warna, bahan, serta bentuk pakaian yang digunakan.

Penelitian yang membahas mengenai *fashion* dan identitas sudah pernah ada sebelumnya, namun fokus penelitian terhadap “bagaimana identitas pengguna busana

vintage yang dibentuk oleh *trend vintage*” masih jarang ditemukan khususnya di Indonesia. Beberapa penelitian yang membahas mengenai *fashion* dan identitas yang pernah ada yaitu seperti milik Lestari, 2017. Dalam penelitiannya yang berjudul *Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Di Kalangan Mahasiswa* ini berfokus pada definisi penafsiran makna mode sebagai identitas komunikasi sosial di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menjelaskan bahwa *fashion* dapat identik dengan bahasa tubuh atau sebagai komunikasi nonverbal melalui penampilan seseorang. Kemudian penelitian lain yaitu milik Alief, 2018, dengan judul *Streetwear Sebagai Identitas Budaya Masyarakat Urban (Studi Deskriptif Kualitatif Identitas Budaya Pada Remaja Pengguna Streetwear Di Kota Surabaya)*. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai identitas budaya remaja kota Surabaya yang direpresentasikan melalui penggunaan mode *streetwear* sebagai *fashion* kesehariannya. Penelitian lain mengenai *fashion* dan identitas sosial yaitu milik Fakhrunisa, 2016, yang membahas mengenai gaya busana merupakan media pembentuk identitas bagi band musik *White Shoes and The Couples Company*.

B. Rumusan Masalah

Fashion merupakan sebuah budaya berpakaian yang tidak pernah luput dari setiap individu. Pada dasarnya, busana merupakan alat komunikasi non-verbal yang dapat mengkomunikasikan atau menjelaskan siapa dan bagaimana si penggunanya kepada orang lain melalui tanda-tanda yang terdapat dalam busana yang orang tersebut kenakan. Sehingga setiap gaya berpenampilan yang dimiliki seseorang dianggap memiliki makna tersendiri bagi orang lain yang melihat.

Dewasa ini *trend* busana dan barang-barang *vintage* kembali digemari oleh berbagai kalangan masyarakat terutama anak muda dan mahasiswa di Indonesia. Karakteristik tertentu dari barang-barang dan busana *vintage* dianggap menciptakan makna yang membentuk sebuah identitas bagi para penggunanya. Untuk itu, berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan penelitian sebagai berikut.

“Bagaimana *trend* busana *vintage* membentuk identitas para penggunanya?”

Selanjutnya Barnard (2011) beranggapan bahwa *fashion* dan busana merupakan sebuah komunikasi non-verbal karena busana dan pakaian dapat menjadi salah satu alat

bertukar pesan tanpa menggunakan kata-kata lisan dan tertulis. Hal ini lantas menjadikan busana dan *fashion* sebagai cara orang dalam menunjukkan nilai dan status sosialnya, dan orang biasanya cenderung memberi penilaian sendiri terhadap nilai dan status orang lain berdasarkan apa yang orang tersebut gunakan. Dalam konteks penelitian ini, busana *vintage* dianggap dapat membentuk sebuah identitas bagi para mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang dikomunikasikan melalui busana tersebut secara non-verbal. Oleh karenanya, penelitian ini mengajukan dua pertanyaan utama, yaitu :

1. Apa motif-motif penggunaan busana *vintage* bagi mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang menggunakannya?
2. Bagaimana busana *vintage* dapat membentuk penilaian bagi mahasiswa yang menggunakannya secara subjektif maupun objektif?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dituliskan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi seperti apa identitas yang dibentuk oleh busana *vintage* serta kemudian melihat motif-motif yang melatarbelakangi penggunaannya untuk memilih busana *vintage*

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pengetahuan baru terutama dalam memahami identitas yang dibentuk oleh *trend vintage* dikalangan mahasiswa dan faktor-faktor yang mendukung terbentuknya fenomena tersebut.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu melengkapi penelitian serupa sebelumnya.
- c. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi awal bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi masyarakat dalam memahami pembentukan identitas dari sebuah *fashion* dan *trend* busana.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan bagi masyarakat untuk lebih selektif dan serius dalam menentukan gaya busana seperti apa yang akan dipilih sebagai identitas di masyarakat.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menjelaskan mengenai bagaimana identitas sosial mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang tercipta karena penggunaan busana *vintage* dan apa motif-motif di balik penggunaan busana *vintage* bagi mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Terdapat berbagai penelitian sebelumnya yang dapat digunakan sebagai pendukung hasil penelitian yang ditemukan. Penelitian pertama yang serupa yaitu dilakukan oleh Ghani Firdaus, dkk. dengan judul “*Fashion* Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FKIP UNS”, dimana penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor dan mendeskripsikan strategi mahasiswa FKIP UNS dalam menggunakan busana untuk kuliah. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus tunggal terpancang dengan objek penelitian adalah seluruh mahasiswa FKIP UNS.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat tiga faktor yang mendasari mahasiswa FKIP UNS dalam menggunakan busana untuk kuliah, yaitu *fashion* sebagai komunikasi artifaktual bagi mahasiswa FKIP UNS, rekategori yang kurang baik, dan kuatnya kategorisasi terhadap identitas lain. Selain itu penelitian ini mengungkapkan hasil dari strategi mahasiswa dalam menggunakan busana untuk kuliah adalah dengan persilangan kategori. Ketika berkuliah, mahasiswa menggunakan seragam yang dikombinasikan dengan *fashion* mereka dimana menurut peneliti, seragam dan *fashion* merupakan 2 kategori yang berbeda.

Penelitian serupa milik Dessy Monica Pane, dkk. Dengan judul “*Fashion* Sebagai Penciptaan Identitas Diri Remaja di Kota Denpasar”, menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis teori masyarakat konsumen.

Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa remaja di era postmodern cenderung menggunakan *fashion* sebagai sarana meningkatkan identitas diri yang sudah melekat pada diri mereka. menurut peneliti, remaja mencoba menarik banyak perhatian dari lingkungan mereka.

Penelitian lain yang membahas mengenai busana dan identitas sosial pernah dilakukan oleh Fadel Alief dengan judul “Streetwear Sebagai Identitas Budaya Masyarakat Urban”. Penelitian ini didasari oleh fenomena streetwear yang merupakan sebuah gaya busana khas *fashion* jalanan yang berkembang dengan mengadopsi berbagai kebudayaan jalanan di dalamnya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori komunikasi tentang identitas. Hasil penelitian didapatkan berdasarkan wawancara mendalam terkait dengan identitas budaya yang direpresentasikan melalui penggunaan *fashion* streetwear di dalam keseharian penggunaanya.

Penelitian lainnya adalah milik Nazla Putri Utari dengan judul “Pemaknaan Penggunaan Jilbab Syar’i di Kalangan Mahasiswa Psikologi”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data dilakukan dengan observasi lapangan telaah pustaka, dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan jilbab syar’i dianggap sebagai pelindung dari pandangan laki-laki yang bukan muhrim. Menurut peneliti, hal ini secara tidak langsung mengajarkan kebaikan kepada perempuan lainnya. Peneliti juga menjelaskan konsep diri dari penggunaan jilbab syar’i ini terbentuk dari pembelajaran dan lingkungan mahasiswa.

Penelitian serupa selanjutnya milik oleh Fakhrunnisa dengan judul “Gaya Busana Sebagai Media Pembentukan Identitas Musik White Shoes and The Couples Company”. Penelitian ini lebih berfokus kepada mendeskripsikan simbol-simbol busana yang digunakan sebagai identitas band White Shoes and The Couples Company. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data yang didapat berdasarkan wawancara, catatan lapangan, dan catatan pribadi. Hasil penelitian kualitatif ini menyatakan bahwa simbol-simbol nonverbal (gaya busana) yang digunakan oleh personel band White Shoes and The Couple Company adalah untuk membentuk identitas band mereka dalam bermusik.

F. Landasan Teori

Identitas merupakan tanda pengenal seseorang agar dapat dibedakan dengan orang lain. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), “identitas” merupakan ciri-ciri atau keadaan khusus seseorang yang mana hal ini disebut juga dengan jati diri

seseorang. Identitas dikategorikan menjadi dua, yaitu identitas sosial dan identitas diri. Identitas sosial merupakan identitas yang terbentuk dari interaksi antara lingkungan sosial dengan individu. Sementara identitas diri merupakan identitas yang terbentuk secara pribadi dari saat individu tersebut lahir, (A'malia B, 2010).

Fearon (Banan, 2016) membuat tiga kesimpulan pengertian dasar yang sering digunakan oleh ahli dalam mendefinisikan identitas, yaitu:

- a. Keanggotaan dalam sebuah kelompok komunitas menyebabkan seseorang merasa terlibat, berkomitmen, termotivasi, dan melakukan sesuatu sesuai norma dan nilai kelompok tersebut, karena pada dasarnya terbentuknya identitas diri seseorang dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya.
- b. Identitas merujuk pada konsep jangka panjang tentang apa yang dipikirkan seseorang mengenai siapa dirinya.
- c. Identitas bukan hanya merupakan sebuah tanda yang dibentuk tetapi juga merupakan sebuah potensi dan status yang dibawa sejak lahir seperti jenis kelamin dan ras.

Kemudian (Erikson (Hasanah, 2013) beberapa faktor yang mempengaruhi terbentuknya identitas seseorang, yaitu, pertama adalah lingkungan sosial yang merupakan tempat seseorang tumbuh dan berkembang. Kedua kelompok acuan yaitu kelompok yang membantu membentuk jati diri seseorang selama orang tersebut bersosial, seperti kelompok agama dan kelompok dengan hobi yang sama. Kemudian yang terakhir adalah tokoh idola dimana ini merupakan seseorang yang sangat menginspirasi yang dapat berasal dari teman atau anggota keluarga. Lebih lanjut, identitas merupakan potret diri seseorang yang disusun dari bermacam-macam tipe identitas mulai dari identitas politik, identitas fisik, identitas intelektual, identitas seksual, identitas minat, identitas etnik, identitas karir, identitas hubungan sosial, hingga identitas agama. Hal ini didukung oleh pernyataan Stets dan Burke (2013), bahwa dalam teori identitas sosial dan teori identitas, sebuah individu bersifat reflektif karena menurut mereka seorang individu dapat menjadikan dirinya sendiri sebagai objek dan sekaligus dapat mengkategorikan atau menamai dirinya dengan cara tertentu dalam hubungan personalnya dengan kategori sosial lainnya. Selanjutnya, Stets dan Burke menuliskan pendapat Turner, dkk (1987) yang mendefinisikan proses tersebut

sebagai kategorisasi diri dalam teori identitas sosial sedangkan McCall dan Simmons (1978) berpendapat dalam teori identitas, hal itu disebut sebagai identifikasi.

Huda (2014) mengemukakan bahwa teori identitas pertama kali dimaknai oleh Tajfel sebagai komponen dari kesadaran individu atas keanggotaannya di dalam sebuah kelompok masyarakat dengan hubungan emosi, nilai, dan norma sebagai bagian dari kelompok tersebut. Hal ini juga dibenarkan oleh Hogg dan Abrams (Stets, dkk, 2013) yang menyatakan bahwa dalam teori identitas sosial, identitas sosial merupakan pengetahuan seseorang bahwa dia termasuk dalam suatu kategori sosial atau kelompok tertentu. Menurut definisi tersebut, unsur kelompok sangat berpengaruh dalam memaknai konsep dari identitas kelompok, dimana kelompok menjadi wadah untuk membangun struktur kognitif, perasaan, dan karakter anggotanya. Bersamaan dengan itu, kelompok dianggap sebagai himpunan dari individu-individu dengan identitas sosial sama yang bersaing dengan kelompok lain dalam meraih keunikan tertentu.

Temuan-temuan penelitian yang membahas mengenai teori identitas berasumsi bahwa seseorang harus berjuang keras demi melestarikan nilai dan norma positif dari identitas sosialnya. Hal ini disebabkan oleh salah satunya adalah nilai dari kategori sosial diciptakan melalui perbandingan dengan kategori sosial lainnya yang erat kaitannya. Maksudnya adalah dalam sebuah kelompok sosial, para anggota akan cenderung menilai positif terhadap kelompoknya dibanding dengan kelompok luar yang setipe dan pada akhirnya nilai positif itu menjadi karakter dari kelompok tersebut (Hogg, dkk, 2014). Singkatnya, identitas dibangun atas dasar kesamaan latar belakang atau karakteristik seseorang atau kelompok sebagai penanda kedekatan solidaritas dengan seseorang atau kelompok yang lain yang serupa (Hall, dkk, 1996).

Selanjutnya, *fashion* merupakan kombinasi dari gaya dan style yang dipilih dan digemari oleh masing-masing orang sebagai identitas mereka, dengan kata lain *fashion* diartikan sebagai budaya dan gaya berpakaian seseorang atau kelompok. *Fashion* dikenal melalui busana beserta aksesorisnya dan merupakan hal penting yang sudah melekat pada diri setiap manusia karena meliputi penampilan sehari-hari. Dahulu *fashion* merupakan kebutuhan, namun seiring berkembangnya zaman, *fashion* pada saat ini tidak lagi sekedar sebagai pemenuh kebutuhan melainkan sebagai sebuah kehendak dalam menampilkan identitas (Lestari, 2014).

Fashion pada umumnya berarti mode yang merujuk pada suatu gaya berbusana seseorang yang sedang populer dikalangan masyarakat, meskipun pada umumnya *fashion* sendiri dapat diartikan secara luas karena meliputi seni, bahasa, makanan, dan juga arsitektur. Namun kini masyarakat lebih mengenal istilah ini sebagai julukan untuk menyebut gaya atau cara seseorang berpenampilan. Menurut Barnard (2011), *fashion* dalam artian asli mengacu pada objek fetis yang mana maksudnya adalah *fashion* dan busana merupakan sebuah komoditas yang difetishkan, diproduksi dan paling banyak dikonsumsi oleh kalangan masyarakat kapitalis.

Sue Jenkyn Jones (Umma, 2016) mengemukakan bahwa para ahli budaya dan pengamat busana mengategorikan fungsi utama busana menjadi empat, yaitu pertama kegunaan (*utility*). Busana harus bersifat nyaman dan aman untuk digunakan. Seperti pakaian hangat diciptakan untuk menjaga si pengguna dari udara dingin begitupun sebaliknya. Fungsi busana kedua adalah kesopanan (*modesty*). Busana yang sopan adalah pakaian yang menjaga si pengguna dari gangguan negatif di sekitarnya. Selain itu, kesopanan sebuah bentuk pakaian juga dapat menggambarkan jati diri dan kelas sosial seseorang. Fungsi yang ketiga, yaitu daya tarik seksual (*immodesty-sexual attraction*). Menurut Umma (2016) busana juga dapat menimbulkan daya tarik dari penggunanya. Seperti bentuk potongan kerah maupun ukuran busana ketika digunakan. Fungsi yang terakhir adalah hiasan (*adornment*). Busana biasanya dirancang untuk menghiasi si penggunanya. Ornamen tambahan seperti pita, pola, maupun manik-manik berfungsi sebagai pemanis pada busana. Selain fungsi yang sudah dikemukakan diatas, George Sproles menambahkan beberapa fungsi utama lainnya, yaitu busana sebagai simbol diferensiasi dimana busana dapat menunjukkan profesi, kelas sosial dan gender si pengguna. Selanjutnya busana juga berfungsi sebagai afiliasi sosial yang mana dalam waktu-waktu tertentu, busana dapat digunakan sebagai alat pengelompokan seseorang dalam masyarakat. Busana merupakan sebuah tanda paling jelas dalam menggambarkan atau mengidentifikasi seseorang berasal dari kategori kelompok sosial yang mana. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibrahim (Firdaus, dkk, 2016) yang mengemukakan bahwa busana merupakan satu dari banyaknya ciri yang paling nyata dalam menjelaskan siapa dan apa seseorang lewat tampilan luar. Hal ini tentu akan membedakan si pemakai dengan orang lain. Selanjutnya secara tidak

langsung akan mengkategorikan orang tersebut ke dalam suatu kelompok tertentu. Kemudian fungsi ketiga adalah busana sebagai bentuk keindahan fisik. Hal ini merujuk kepada bagaimana seseorang dapat merasa serta dianggap cantik dan tampan ketika menggunakan busana dengan warna, bentuk, maupun motif tertentu dibanding ketika mereka tidak menggunakan busana tersebut. Fungsi terakhir yaitu busana sebagai modernitas. Artinya adalah busana merupakan bagian dari modernitas karena ketika modernisasi berkembang dan berubah, maka secara tidak langsung busana akan mengikuti perkembangan tersebut sehingga menciptakan busana dengan bentuk dan model baru untuk dikenakan.

Karlyle dalam sebuah artikel online menjelaskan busana merupakan perlambangan jiwa yang tidak dapat dipisahkan dari budaya manusia dan melekat erat dengan kelompok sosial dalam masyarakat. Seperti halnya menurut Trisnawati (2011) yang berpendapat bahwa

“*Fashion* merupakan objek yang sarat dengan citra dan gaya hidup. Orang memakai selembar baju bukan semata-mata karena nilai guna (use value). Akan tetapi lebih karena adanya nilai atau citra tertentu yang ingin dicapai dengan memakai busana tersebut. Misalnya: cantik, modis, *trendy*, anggun, elegan dan feminin. Dengan demikian use value bukan menjadi tujuan utama orang memilih sebuah baju untuk dipakainya, melainkan lebih disebabkan sign valuenya”

Selanjutnya hal ini didukung oleh pernyataan Barnard (2011) tentang kegiatan masyarakat dalam menilai dan memutuskan status sosial orang lain yang dijumpai berdasarkan busana yang mereka kenakan merupakan hal yang sudah biasa dilakukan. Menurutnya, masyarakat sosial memperlakukan pakaian yang digunakan sebagai prasasti sosial yang dapat menyembunyikan atau bahkan mengkomunikasikan strata sosial penggunanya. Oleh karena itu, busana dan *fashion* merupakan cara paling relevan dalam mengkonstruksi dan memahami relasi sosial antar manusia.

Hal tersebut didukung oleh pernyataan Burke dan Stets (1998) yang berpendapat mengenai identitas sosial adalah suatu penggolongan diri seseorang di dalam sebuah kelompok beserta makna yang terkait dalam menjadi anggota kelompok tersebut. Identitas sosial mengacu kepada keberadaan posisi seseorang dalam sebuah masyarakat. Hal tersebut menunjukkan pakaian mengandung makna atau arti dan juga cara hidup individu atau komunitas tertentu. Sehingga individu dan kelompok

masyarakat sangat peduli dan memperhatikan mode pakaian yang mereka kenakan karena hal ini dianggap dapat mempengaruhi dan berdampak terhadap identitas yang mereka tunjukkan kepada orang lain.

Pada awalnya, kajian ilmu komunikasi memandang hadirnya pesan-pesan non-verbal untuk mempertegas pemaknaan pesan verbal. Sebagai contoh ketika seseorang berkomunikasi biasanya secara tidak langsung orang tersebut akan menunjukkan mimik wajah, gestur tubuh, intonasi dan lain-lain yang menunjang maksud tertentu yang ingin disampaikan. Namun, seiring berkembangnya pengetahuan dan kajian komunikasi, ditemukannya juga beragam bentuk pesan non-verbal lain salah satunya adalah busana. Busana dianggap sebagai media komunikasi yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Menurut Ibrahim (2011), busana dipandang memiliki fungsi komunikasi artifaktual. Menurutnya, komunikasi artifaktual diartikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui penataan berbagai artefak, misalnya seperti furnitur rumah, dekorasinya, perhiasan hingga pakaian. Elemen dalam busana seperti warna, bentuk, pola dan bahan mengandung makna dan arti tertentu bagi orang lain yang melihatnya. Seseorang dapat mengirimkan pesan kepada orang lain tentang dirinya melalui pakaian yang dikenakan. Karenanya *fashion*, pakaian dan busana termasuk kedalam salah satu bentuk komunikasi nonverbal.

Busana, menurut Featherstone (1992), dirancang sebagai wujud kemuliaan bentuk tubuh manusia. Hal ini bertolak belakang dengan pemaknaan busana pada abad kesembilan belas, dimana busana diamini sebagai alat untuk menyembunyikan bentuk tubuh. Busana seperti yang sudah dibahas sebelumnya memiliki banyak peran dan kegunaan. Selain sebagai bentuk komunikasi yang bersifat non-verbal, busana juga dapat melindungi seseorang dari kejahatan lingkungan seperti ketika cuaca buruk, kemungkinan cedera saat melakukan aktifitas hingga menyembunyikan bagian tertentu dari tubuh manusia. Menurut Desmond Morris (Barnard, 2011) busana juga merupakan sebuah bentuk pelestarian budaya. Artinya, pakaian dan busana yang dikenakan seseorang dapat mengkomunikasikan serta mengklasifikasikan identitas nasional, kultur dan asal budaya dari seseorang di dalam suatu masyarakat. Lestari (2017) menjelaskan bahwa busana dipilih dan disesuaikan dengan kegiatan yang akan dilakukan, siapa yang akan ditemui hingga suasana hati penggunanya pada hari itu.

Maka dari itu, semua hal tersebut dapat dikatakan sebagai sebuah pesan yang ingin dan bisa disampaikan seseorang kepada orang lain mengenai siapa dan apa dirinya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa seseorang menggunakan sebuah pakaian pasti memiliki tujuan tertentu. Seperti ketika hendak menghadiri sebuah interview kerja, maka busana yang dikenakan tentu saja berbeda dengan busana sehari-hari di rumah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa busana mungkin digunakan untuk merefleksikan, membangun, hingga mungkin menyembunyikan suasana hati dan maksud seseorang, (Maria, 2012). Di dalam sebuah busana terdapat simbol-simbol yang dapat menggambarkan dan mengkomunikasikan kepada orang lain mengenai apa dan bagaimana orang tersebut melalui simbol-simbol seperti warna, gambar hingga model yang melekat pada busana. Seperti contohnya warna cerah dan berani biasanya merefleksikan diri si pengguna sebagai orang yang ceria dan bersemangat, kemudian ada warna putih yang ditafsirkan sebagai warna yang bersih dan suci, dan lain lain.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Strauss dan Corbin (Rianto, 2020: 3), mendeskripsikan penelitian kualitatif sebagai sebuah penelitian yang tidak dihasilkan dari proses pengolahan data atau angka melainkan kemampuan peneliti dalam menggambarkan dan menganalisis sebuah fenomena secara mendalam. Oleh karena itu penelitian kualitatif berfokus kepada kehidupan sehari-hari sehingga merupakan penelitian yang cukup kompleks. Nugrahani (2014) mendeskripsikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang meliputi upaya-upaya berupa pengajuan pertanyaan dan pengumpulan data dari informan kemudian melakukan pengecekan, mereduksi, menafsirkan dan menangkap makna dari masalah yang diteliti. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka penelitian ini merupakan sebuah penelitian yang menggunakan metode pendekatan kualitatif karena data dalam penelitian ini didasarkan pada perspektif subjek penelitian. Selain itu mengutip kesimpulan Maanen (A'malia B, 2010) yakni metode kualitatif cenderung mengarahkan kajiannya pada tingkah laku masyarakat maupun seseorang dalam kesehariannya, maka gaya berbusana seseorang tentu dapat dikategorikan kedalam perilaku rutin sehari-hari.

Penelitian ini menggunakan strategi etnografi, dimana etnografi sendiri merupakan suatu rangkaian kegiatan yang intensif dan mendalam tentang suatu fenomena baik pada tingkat individu maupun organisasi untuk mendapatkan pengetahuan terperinci mengenai sebuah peristiwa yang terjadi (Rahardjo, 2017). Jelasnya, etnografi merupakan sebuah usaha penggambaran atau pendeskripsian suatu aspek kebudayaan. Etnografi berusaha untuk memahami tentang tingkah laku sekelompok orang ketika berinteraksi dengan lingkungannya (Maria, 2012). Dalam penelitian ini, *trend* busana *vintage* dianggap sebagai sebuah budaya di masyarakat yang sedang digandrungi kalangan muda-mudi khususnya di Indonesia. Meskipun kebudayaan bukanlah mutlak sebagai sifat individu tetapi sebuah individu dapat menjadi pencipta pola-pola kebudayaan ketika mereka menemukan sebuah budaya tersebut lalu mengkomunikasikannya kepada individu lain.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Yogyakarta tepatnya pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Peneliti mengambil lokasi tersebut agar peneliti dapat dengan mudah menjangkau lokasi karena dekat dengan peneliti. Hal ini akan mempermudah dalam pengambilan data yang lebih efektif. Selain itu, lokasi tersebut banyak ditemukan mahasiswa yang menggunakan busana bertema *vintage* yang sesuai dengan tema penelitian. Waktu pelaksanaan penelitian ini akan dilakukan setelah seminar proposal skripsi. Hal ini tidak menutup kemungkinan apabila data yang diperoleh dirasa sudah cukup untuk diolah maka pengerjaan akan dilakukan lebih cepat namun bila data yang diperoleh belum cukup untuk diolah dan apabila terjadi kendala dalam pengambilan data, maka peneliti akan memperpanjang waktu penelitian.

3. Narasumber / Informan Penelitian

Becker (Nurdiani, 2014: 1112) berpendapat bahwa penting untuk menentukan responden atau informan yang akan diteliti setelah menentukan lokasi dan waktu penelitian. Hal ini karena informan merupakan seseorang yang memberikan data penting yang diperlukan oleh peneliti. Tidak hanya sebatas itu, berdasarkan pernyataan

Burgess (Nurdiani, 2014: 1112) informan juga berpeluang membantu peneliti dalam membuka akses kepada informasi lainnya demi menggali data yang lebih mendalam. Untuk itu diperlukannya pengambilan sampling untuk memilih informan sebagai subjek yang memberikan data penelitian. Merujuk pernyataan sebelumnya mengenai pentingnya pengambilan sampling informan dalam penelitian, maka penelitian ini memilih informan melalui snowball sampling dimana pemilihan informan kedua berasal dari informan pertama, informan ketiga merupakan rekomendasi dari informan kedua, dan seterusnya (Heryana, 2018). Dalam hal ini, informan yang dipilih merupakan informan yang dianggap memiliki karakteristik busana yang sejenis dengan *vintage*.

Nurdiani (2014) berpendapat, “teknik sampling snowball adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus.” Lebih lanjutnya Nurdiani menjabarkan bahwa tahapan snowball sampling dimulai dari fenomena atau individu yang termasuk kedalam kriteria penelitian yang akan dilaksanakan. Kemudian dapat ditemukan responden berikutnya dengan rekomendasi dari responden sebelumnya.

Pemilihan teknik ini didasari oleh kesulitannya akses peneliti menemukan secara langsung sampel dari populasi yang diteliti. Untuk dapat menemukan sampel tersebut maka teknik ini dirasa paling tepat direalisasikan peneliti agar menemukan responden yang dimaksud sebagai sasaran penelitian melalui keterkaitan hubungan dalam suatu jaringan, sehingga tercapai jumlah sampel yang dibutuhkan. Dari penjelasan sebelumnya, maka ditentukan bahwa dalam penelitian ini jumlah responden berjumlah empat orang, dimana setiap informan yang dicari merupakan orang dengan busana *vintage* dengan selera yang berbeda-beda sesuai dengan kriteria penelitian.

4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan sangat penting dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi, dan sebaliknya. Di dalam metode penelitian kualitatif, biasanya data dikumpulkan dengan beberapa teknik, yaitu wawancara, observasi,

dokumentasi, dan diskusi terfokus (Focus Group Discussion). Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian sementara data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang relevan. Dalam penelitian ini adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan sebagai berikut:

a. Wawancara

Nazir (Hardayani, dkk, 2020, p. 138) menjelaskan bahwa wawancara adalah proses memperoleh informasi dengan tujuan tertentu yang dilakukan dengan proses tanya jawab antara peneliti dan responden agar data yang dikumpulkan mampu menjelaskan permasalahan yang sedang diteliti. Sementara Sugiyono menjelaskan bahwa wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara terstruktur maupun tidak dan dapat dilakukan melalui tatap muka secara offline (langsung) maupun dengan online (menggunakan perangkat telepon). Menurut Rianto (2020), wawancara dalam penelitian dapat dilakukan tidak hanya dengan tatap muka secara langsung melainkan melalui email dan telepon.

Melihat situasi dan kondisi dalam pengerjaannya, penelitian ini akan melakukan wawancara mendalam melalui aplikasi Whatsapp atau Zoom meeting selama masa pandemi. Responden yang akan diwawancarai melalui Whatsapp merupakan responden yang berasal dari rekomendasi responden sebelumnya.

b. Observasi

Pemilihan dan pencatatan perilaku orang-orang di lingkungannya merupakan definisi dari observasi (Wahyuni, 2012: 21). Metode ini berguna untuk menghasilkan deskripsi secara mendalam untuk mendapatkan informasi yang tidak dapat diakses dan untuk mendapatkan data penelitian saat metode lain tidak memadai. Pengamatan menambah pemahaman secara mendalam dan kaya tentang fenomena, situasi dan latar dan perilaku para peserta dalam latar tersebut. Observasi juga bisa menjadi dasar pengembangan teori dan hipotesis. Penelitian ini akan melakukan observasi unggahan kehidupan sosial media para informan pengguna busana *vintage* sebagai tambahan data yang diharap dapat memperkuat data yang sudah ada sebelumnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya adalah barang tertulis, dimana metode dokumentasi yang dimaksud merupakan tata cara pengumpulan data dengan melakukan proses pencatatan data-data yang sudah ada. Metode dokumentasi digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen yang memuat hal-hal seperti orang atau sebuah kelompok atau sebuah kejadian di sosial sangat berguna dalam penelitian kualitatif (Yusuf, dalam Kawasati, dkk, 2019). Dalam penelitian ini, dokumentasi berupa foto-foto yang sudah di observasi dari bentuk-bentuk busana yang dijelaskan agar memperkuat analisis dari data sebelumnya.

5. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif data yang diperoleh berupa kumpulan kata (hasil wawancara, observasi, dokumen, dan sejenisnya) dan bukan merupakan rangkaian angka sehingga tidak dapat disusun kedalam kategori-kategori yang diklasifikasikan. Analisis data adalah sebuah upaya untuk mencari dan menata secara sistematis hasil catatan dari teknik pengumpulan data yang didapat untuk meningkatkan pemahaman peneliti mengenai kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai sebuah temuan baru untuk orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna (Noeng Muhadjir, 1998, p. 104 dalam Ahmad Rijali, 2019).

Menurut Miles dan Huberman (dalam Fatmawati, 2013), kegiatan analisis data terdiri dari tiga alur, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

- a. Reduksi data merupakan sebuah proses pemilihan hingga transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Singkatnya, reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Kegiatan reduksi data dilakukan terus menerus selama masa penelitian atau selama pengumpulan data berlangsung. Dalam kegiatan ini yang akan dilakukan adalah membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema hingga membuat memo.

- b. Penyajian data merupakan kegiatan menyajikan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, dimana kegiatan ini ditunjukkan dengan meliputi berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah disimpulkan.
- c. Penarikan kesimpulan adalah kegiatan analisis yang lebih dikhususkan pada penafsiran data yang telah disajikan yang menjawab hasil penelitian yang dibahas.

Upaya analisis dilakukan secara terus-menerus oleh peneliti selama melakukan penelitian. Dari mulai mengumpulkan data hingga pencatatan analisis kesimpulan. Penarikan kesimpulan dan penulisan analisis data dilakukan dengan cara memikirkan ulang data penelitian selama menulis, meninjau kembali temuan-temuan yang dimiliki, bertukar pikiran dengan orang-orang yang ahli hingga upaya untuk menetapkan data sebagai penulisan analisis yang sesuai.

BAB II

BUSANA VINTAGE

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan secara umum mengenai objek penelitian “*Vintage dan Identitas Sosial (Trend Penggunaan Busana Vintage di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)*”. Objek utama dalam penelitian ini adalah busana *vintage*. Peneliti akan menjelaskan mengenai gambaran umum perkembangan budaya *vintage* serta para penggunanya sebagai objek yang menggunakan busana *vintage*.

A. Awal Mula Busana *Vintage*

Membahas mengenai *fashion vintage* berarti menilik kembali sejarah singkat terbentuknya *fashion*. Awal mula perkembangan *fashion* adalah pada tahun 1850-an. *Fashion* atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan mode mengacu kepada kegiatan yang dilakukan seseorang. Berasal dari bahasa Latin yaitu *factio* yang artinya membuat atau melakukan dan *facere* yang artinya kegiatan. Sehingga arti asli dari *fashion* merujuk kepada kegiatan yang dilakukan seseorang. Namun, semakin hari masyarakat mengartikan *fashion* sebagai sesuatu yang dikenakan (Barnard, 2011). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mode berarti ragam (cara, bentuk) yang terbaru pada suatu waktu tertentu berkaitan tentang pakaian, potongan rambut, corak hiasan, dan sebagainya.

Laura Meraviglia (2014) membagi jenis *fashion* menjadi dua kategori, yaitu *fast fashion* dan *vintage fashion*. *Fast fashion* merupakan perusahaan yang menerima permintaan mode busana masa kini dalam jumlah yang besar. Item *fast fashion* biasanya bertahan maksimal selama satu musim atau periode dan target pasarnya tidak hanya kalangan muda tetapi seluruh kalangan masyarakat. Karena periode waktu pemasarannya yang singkat, perusahaan-perusahaan *fast fashion* dipaksa untuk mengganti dan memproduksi item-item busananya secepat mungkin dengan budget yang seminimal mungkin. Setiap kali mode berganti, maka setiap toko dan konsumen akan mengganti koleksi mode pakaian mereka sehingga busana-busana yang tidak sudah tidak mengikuti mode terkini akan dibuang dan terbengkalai. Menurut data yang diperoleh dari www.fastcompany.com (dalam Leman, dkk, 2020), industri pakaian merupakan industri kedua yang paling merusak bumi. Hal ini kemudian menambah limbah pakaian yang

selanjutnya memunculkan kategori baru yaitu *fashion vintage* sebagai reaksi terhadap produksi massal *fast fashion*. *Fashion vintage* menawarkan item dengan kualitas sedang-tinggi, tidak terkait dengan *trend* musiman dimana poin utama dari produk *vintage* juga terkait dengan material dan kemasan dari produk tersebut yang ramah lingkungan dan biasanya peminat busana *vintage* tidak mengikuti segmen pasar pada umumnya. Biasanya konsumen busana *vintage* berkeinginan membeli produk yang akan bertahan dalam jangka waktu yang panjang.

Dewasa ini fenomena busana *vintage* menjadi sebuah *trend* yang kembali digemari oleh banyak orang terutama anak muda. *Trend* konsumsi busana *vintage* telah berkembang di hampir seluruh negara, termasuk Cina, yang sebelumnya menafsirkan busana *vintage* sebagai hal negatif. Namun, selain faktor lingkungan, saat ini kondisi ekonomi dan iklim sosial telah merubah pandangan berbagai negara mengenai penggunaan kembali busana lama yang dikenal sebagai barang-barang *vintage* (Ryding, dkk, 2018). Beard (McColl, dkk, 2013) menyatakan bahwa salah satu *trend* yang paling abadi dalam beberapa dekade ini adalah kenaikan konsumen untuk barang-barang *vintage*. Hansen (McColl, dkk, 2013, p. 141) mengategorikan konsumen *vintage* menjadi dua kategori yaitu,

1. Profesional muda yang menginginkan pakaian dengan kualitas terbaik dan harga terjangkau.
2. Kalangan anak muda yang tertarik dengan punk style, mod style ataupun rave style.

Smith dan Medin (DeLong, dkk, 2005) menjelaskan bahwa *vintage* pada mulanya merupakan sebutan untuk “wine” atau minuman fermentasi anggur dengan kualitas terbaik dari wilayah dan tahun tertentu. Dalam hal ini, kata *vintage* merujuk kepada suatu barang lama namun memiliki nilai artistik. Tetapi, seiring berjalannya waktu istilah tersebut semakin meluas dan digunakan sebagai sebutan untuk berbagai macam barang seperti pakaian, aksesoris hingga kendaraan. Penggunaan kata *vintage* pada pakaian pertama kali dipopulerkan oleh salah satu majalah ternama di Amerika yaitu Vogue. Busana *vintage* dikenal sebagai pakaian atau aksesoris yang dibuat sebelum tahun 1980-an. Oleh karena itu, terdapat banyak pilihan pakaian yang dapat dipilih dalam kategori pakaian *vintage*. Terdapat beberapa *trend* gaya busana yang dapat dikategorikan kedalam *vintage* pada saat ini menurut Ardiani (2015), yaitu:

1. Tahun 1900 hingga 1910-an merupakan tahun dimana busana dan item yang sedang populer adalah gaun dengan renda tebal, baju berkerah serta korset. Selain itu mantel tebal dan sepatu boot tinggi bertali sangat digemari oleh perempuan pada tahun 1910-an.
2. Tahun 1920 hingga 1930-an aksesoris manik-manik yang terkesan mewah, topi dengan pinggiran lebar dan kerah berbulu menjadi item wajib pada tahun ini.
3. Tahun 1940 hingga 1970-an adalah tahun ketika sweater berwarna pastel dan atasan bertali tanpa lengan merupakan item populer. Selain itu jaket kulit, gaun dan celana dengan bagian bawah lebar, kemeja bermotif, jaket dan celana jeans warna warni hingga kaus kaki panjang juga sangat populer pada tahun ini.

Kata *vintage* ketika digunakan untuk menyebut mode busana biasanya meliputi pengenalan tahun atau periode saat busana tersebut diproduksi dan digunakan. Memakai busana *vintage* pada dasarnya adalah tentang terlibat kembali dengan penilaian busana di luar periode waktu asli barang tersebut diproduksi dan populer (DeLong, dkk, 2005: 23). Lebih lanjutnya, DeLong menyatakan bahwa kata *vintage* dibedakan kedalam beberapa bentuk, yaitu secondhand atau barang milik orang lain yang diperjual belikan dalam keadaan sudah pernah digunakan atau bahkan belum pernah digunakan sama sekali dan masih dalam kondisi baik. Konsinyasi adalah barang yang dititipkan kepada orang lain untuk dijualkan. Antik yaitu barang lama yang memiliki nilai estetika. Historikal atau barang yang memiliki nilai sejarah dan reused atau resale clothing merupakan barang yang sudah pernah digunakan kemudian dipergunakan kembali.

Secara teknis pakaian *vintage* telah diproduksi sejak dua puluhan abad terakhir hingga delapan puluhan-awal sembilan puluhan (Gontier danon Coleuille, 2007). Menurut McRobbie, *trend* mengenakan busana *vintage* pertama kali populer pada tahun 1988. Pada masa sebelum itu, penggunaan busana *vintage* dilatarbelakangi oleh faktor ekonomi, namun dimulai dari tahun 1990-an, Tolkien (2000) menjelaskan bahwa pergeseran makna estetika mode membantu menghapus stigma masyarakat mengenai busana *vintage* yang dianggap barang bekas dan loak yang kemudian mengangkat nilai busana *vintage* menjadi barang yang dapat diterima. Pada awalnya fenomena ini muncul sebagai pemaknaan dari pembelian pakaian dan aksesoris bekas. Secara bertahap, konsep ini sebagian berubah dan menjadikan *vintage* dan bekas tidak lagi dalam makna yang sama (Ironico, 2014). Makna

dasar pembelian sepotong busana *vintage*, yakni keinginan untuk menggunakan kembali barang-barang tanpa membuang-buang sumber daya dan merusak lingkungan telah semakin bergeser menjadi membeli *vintage* berarti membuat pilihan terhadap identitas pribadi. Di era 90-an, bantuan media massa dalam pembentukan citra bagi barang-barang *vintage* memberikan dampak signifikan terhadap peminat busana-busana *vintage*. Hal ini didukung dengan pernyataan Palmer dan Hazel (2005) bahwasanya pada tahun-tahun tersebut *vintage* sering ditampilkan dalam halaman majalah-majalah gaya hidup yang dipromosikan sebagai suatu individualitas. Dubin, dkk (2000) kemudian mengatakan bahwa berdasarkan pengamatan yang mereka lakukan, terlihat banyak bangsawan dan orang terkenal pada tahun tersebut yang mulai menggunakan busana *vintage* secara publik yang kemudian membawa pesan bagi masyarakat luas bahwa mengenakan *vintage* bermakna unik karena tidak mengenakan apa yang orang lain kenakan dan merasa cantik apa adanya dan secara tidak langsung menarik masyarakat untuk mulai ikut membeli dan menggunakan busana-busana *vintage*.

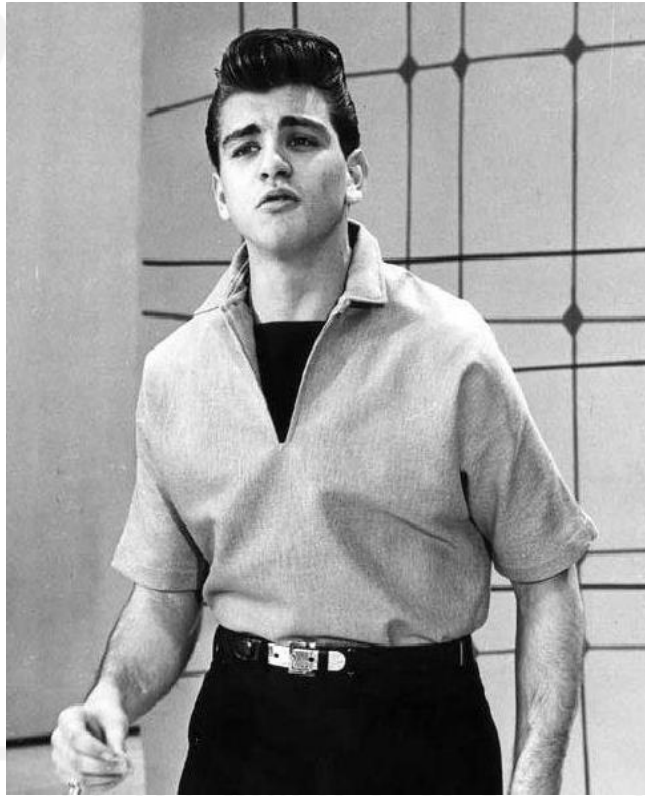
Istilah *vintage* di masyarakat umum sering tertukar dan bercampur dengan istilah retro. Pada dasarnya, *vintage* dan retro merupakan istilah yang berkaitan dengan benda-benda masa lampau. Namun, retro sendiri merupakan kependekan dari retrospektif yang mana menurut Cambridge Dictionary (Dalam Mardalena. Dkk. 2021), retro merupakan kegiatan berpenampilan yang menyerupai masa lampau. Dimana dalam hal ini dapat diartikan bahwa retro merupakan sebuah gerakan berbusana yang mengadaptasi dan mengacu kepada era sebelumnya. Sehingga busana retro adalah sebuah jenis dan gaya busana yang memberikan membangkitkan kesan nostalgia.

B. Perkembangan Busana *Vintage* di Indonesia

Perkembangan dunia pakaian tidak pernah luput dari kemajuan teknologi, desainer busana serta film dan musik. Hal ini dibuktikan dengan munculnya beragam media dan berita di Indonesia yang menyajikan berbagai informasi menarik mengenai perkembangan *fashion*. Penemuan-penemuan seperti mesin tenun, alat menjahit, dan sebagainya membawa perubahan yang sangat besar terhadap dunia *fashion*. Selain itu, dilansir dari Artikel Medium (Juswar, 2019) bahwa di Indonesia pihak yang memegang peran krusial dalam perkembangan *fashion* adalah APPMI (Asosiasi Perancang

Pengusaha Mode Indonesia). APPMI berisikan orang-orang yang memiliki perusahaan dalam bidang *fashion*, perancang busana serta pihak-pihak yang bergerak dibidang ekspor dan *fashion* retail.

Selanjutnya, dalam perkembangannya, *fashion*, khususnya pakaian di Indonesia banyak berkiblat kepada budaya Eropa dan Korea. Seperti dalam makalah milik Fitri R, dkk (2014), majunya perkembangan teknologi menjadikan masyarakat Indonesia lebih terbuka terhadap informasi global sehingga tidak heran jika perkembangan *fashion* di Indonesia banyak meniru dan mengikuti budaya luar.



(Sumber : Pintrest.com)

**Gambar 2.1 Busana *Vintage* Pria
Tahun 1950-an**



(Sumber : Pintrest.com)

Gambar 2.2 Busana *Vintage* Wanita Tahun 1950-an

(Juswar, 2019) Seperti pada tahun 50-an, dimana para pria terkenal menggunakan busana yang dipengaruhi oleh perkembangan musik bernuansa Rock n' Roll yang berasal dari Barat. Busana seperti celana panjang ketat dengan bawahan yang lebih lebar, kaos oblong yang dipadukan dengan jaket kulit, kemeja yang biasanya kerah lehernya dinaikkan ke atas menutupi leher menjadi gaya andalan para pria pada era tersebut. Pada tahun ini pula terkenal *trend* rambut jambul dan kerah lebar. Sedangkan untuk para wanita, mode tahun 50-an merupakan dekade busana feminim dan glamour. Rok pendek model can-can yang bagian bawahnya berbentuk seperti payung merupakan salah satu item hits pada era tersebut. Gaun ini dipopulerkan oleh Marilyn Monroe yang pada tahun itu mempengaruhi dunia *fashion*. Selain itu, Rok A-line, kacamata besar, sarung tangan, dan tas sebhahu yang dipadukan bersamaan dengan sepatu warna senada juga ikut mewarnai perkembangan busana tahun ini.



(Sumber : Pintrest.com)

**Gambar 2.3 Busana *Vintage* Pria
Tahun 1960-an**



(Sumber : Pintrest.com)

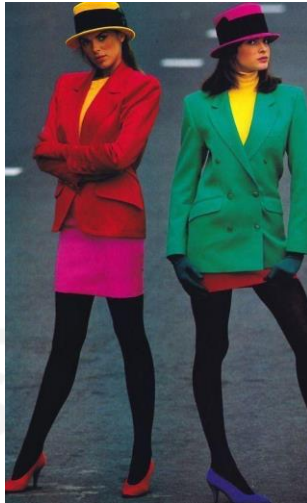
**Gambar 2.4 Busana *Vintage* Wanita
Tahun 1960-an**

Tahun sekitar 60-an disebut-sebut sebagai tahun terbaik dalam sejarah mode, Street market merajai Sebagian besar bisnis pada era tersebut. Hal ini ditandai dengan mulai bermunculan butik-butik dan toko kecil yang menjajakan *fashion* items seperti busana dan aksesoris bergaya pop. Celana pendek dan rok pendek menjadi salah satu potongan busana paling modis tahun tersebut. Masyarakat sudah mulai menghilangkan istilah “wanita harus berbusana sopan”. Selain itu, potongan busana yang berbentuk bawahan seperti lonceng bell serta aksesoris seperti kalung-kalung besar pun banyak disukai. Kemudian untuk para pria kental dengan busana yang dipengaruhi oleh band The Beatles, yakni ankle pants, dan kemeja polo yang dimasukkan kedalam celana.



(Sumber : Pintrest.com)

**Gambar 2.5 Busana *Vintage* Pria
Tahun 1970-an**



(Sumber : Pintrest.com)

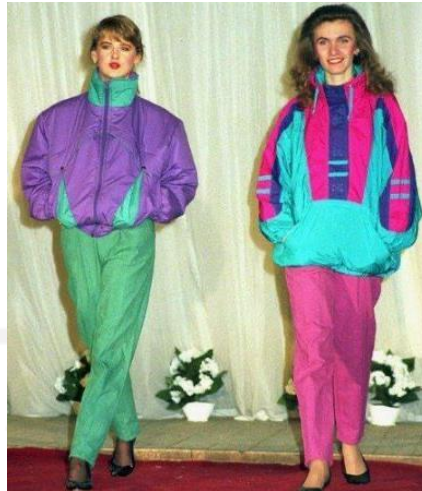
**Gambar 2.6 Busana *Vintage* Wanita
Tahun 1960-an**

Selanjutnya pada tahun 70-an, *hippies* dan retro menjadi sangat *popular* di era ini. Busana yang dikenakan dapat diekspresikan sebebas-bebasnya dengan menabrakkan warna, tekstur dan bahan busana hingga motif dari busana tersebut dalam satu waktu. Item yang populer pada tahun ini adalah kemeja warna warni atau kemeja corak, *vest* dan cardigan rajut, motif kotak-kotak dan garis-garis, dan celana gombong. Serta *trend* rambut mowhak berwarna-warni.



(Sumber : Pintrest.com)

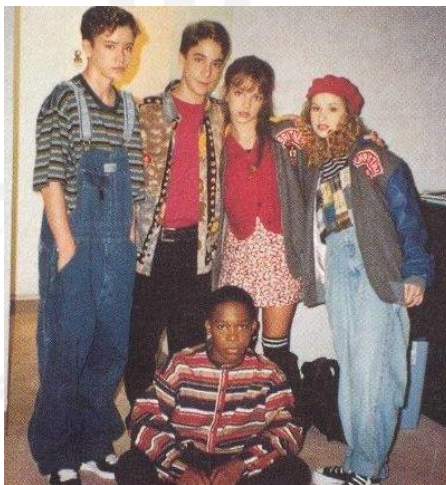
**Gambar 2.7 Busana *Vintage* Pria Jeans on Jeans
Tahun 1980-an**



(Sumber : Pintrest.com)

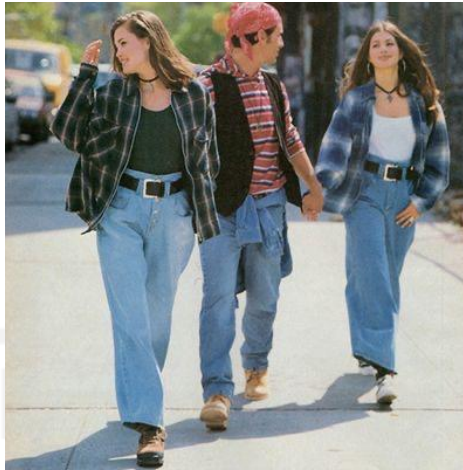
Gambar 2.8 Busana *Vintage* Wanita Bahan Parasut Tahun 1980-an

Pada era 80-an, band yang menjadi icon busana yang digemari adalah band-band hair metal seperti Motley Crue, Bon Jovi, hingga Poison. Jeans dengan ikat pinggang yang di padupadankan dengan kemeja dan jaket berbahan parasut, jeans, dan kulit, ikat kepala, juga kacamata Ray-Ban merupakan item yang sangat hits. Sedangkan pada wanita, shounder pads, anting-anting besar, rok mini, fingerless gloves dan celana parasut adalah item populer.



(Sumber : Pintrest.com)

Gambar 2.9 Tampilan Busana Dengan Jaket dan Jump Suit Denim Tahun 1990-an



(Sumber : Pintrest.com)

Gambar 2.10 Tampilan Busana Dengan Kemeja Flannel dan Celana Jeans Tahun 1990-an

Berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya, dimana pada tahun 90-an, kerap dikenal dengan *trend* busana gaya Grunge. Kemeja flannel, jeans bebel dan jump suit bahan jeans yang dipadukan dengan kaos menjadi paduan busana andalan di era tersebut. Selain itu pada tahun ini busana bernadakan hitam-hitam yang sering dipakai oleh band-band seperti Metallica juga kaos gobrong ala hip-hop yang dipadupadankan dengan kemeja yang diikat dipinggang merupakan busana wajib.

Di tahun 2000-an, gaya berpakaian masih tergolong terpengaruh dengan tahun 90-an. 2000-an awal terkenal dengan kaos gobrong, bandana, celana dan jaket denim. Sedangkan pada pertengahan 2000 diwarnai dengan gaya busana serba hitam gothic. Hal ini merupakan salah satu bukti bahwa perkembangan busana tidak pernah lepas dari peran globalisasi dan media yang membantu menyebarkan sebuah berita kebelahan dunia lain.

Dilihat dari pertumbuhannya yang cukup pesat dan banyaknya masyarakat yang memiliki minat terhadap gaya hidup dan dunia *fashion* menjadikan *fashion* salah satu industri paling menguntungkan di Indonesia. Hal ini didukung oleh data dari CNBC Indonesia yang menggambarkan bahwa perkembangan industri *fashion* mampu berkontribusi sekitar Rp.116 triliun. Sejak tahun 90-an telah terjadi peningkatan peminat untuk jenis pakaian *vintage* khususnya di Indonesia. Keunikan dan mode yang tidak pasaran karena berasal dari periode waktu tertentu dan dengan standar kualitas yang sama dengan busana kontemporer secara umum namun dengan harga jual yang lebih rendah menjadi daya tarik khusus dari busana *vintage* (Meraviglia, 2014). Jika ditelaah dan

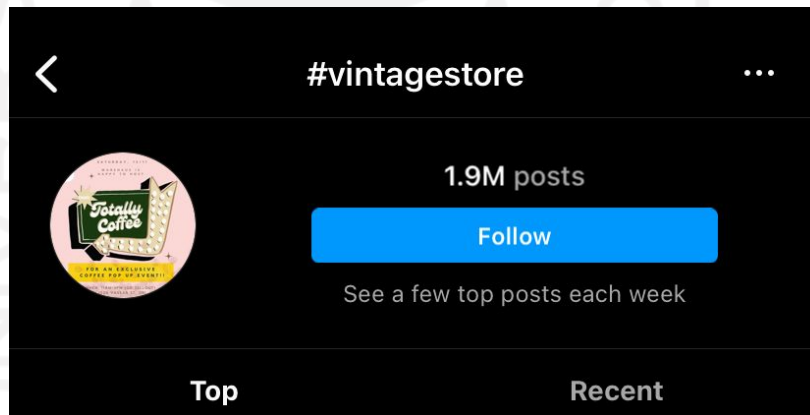
diperhatikan kembali, *trend* busana pada beberapa tahun belakangan ini merupakan perputaran dari *trend* tahun tahun sebelumnya. Hal ini, menurut Juswar (2019) dapat dilihat dari karya-karya desainer dunia maupun Indonesia yang mengadaptasi gaya-gaya tempo sebelumnya. Hal ini kemudian membagi *vintage* kedalam dua golongan. Pertama, *vintage* yang berasal dari barang antik lama. Kedua, *vintage* yang berasal dari produk baru yang diciptakan dengan mengangkat gaya busana *vintage* otentik yang kemudian pula dilabelkan sebagai busana *vintage*.

C. Penggemar Busana *Vintage* di Indonesia

Selama berabad-abad, busana sudah digunakan oleh individu maupun kelompok masyarakat untuk berkomunikasi secara non-verbal. Pakaian digunakan sebagai sesuatu yang menjelaskan siapa yang menggunakannya dari mulai pekerjaan hingga strata sosial orang tersebut. *Fashion* merupakan media berekspresi. Apa yang dipakai dan bagaimana memakainya menjadi kunci untuk secara mudah melihat situasi sosial yang dialami seseorang (Tyaswar, dkk, 2017).

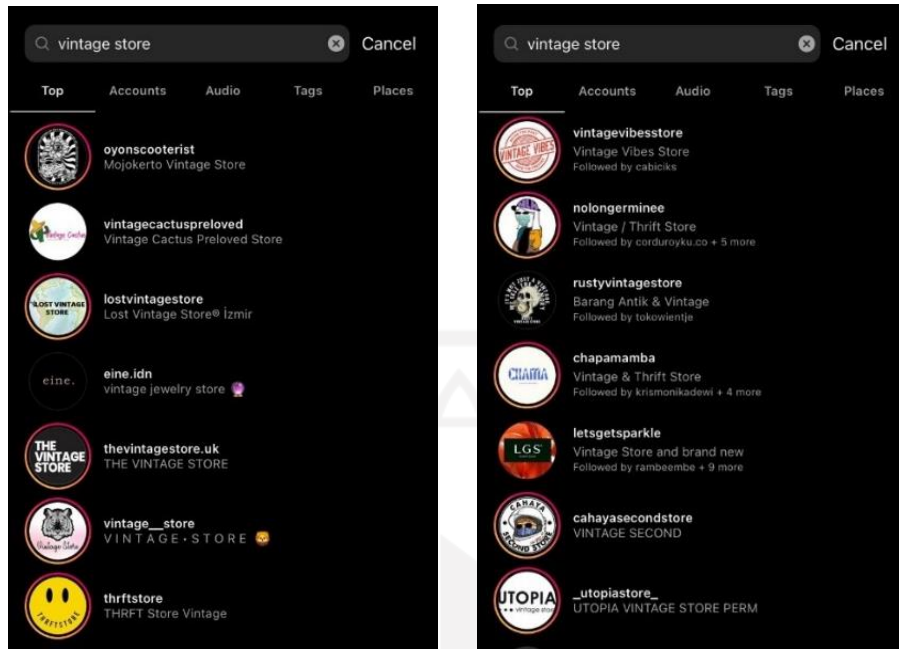
Fashion merupakan bisnis yang besar di Indonesia. Satu dari 10 orang di Indonesia mengaku bahwa mereka memiliki setidaknya lebih dari 100 potong busana belum termasuk aksesoris dan pakaian dalam. Berdasarkan fenomena yang terjadi di Indonesia, budaya *fashion* banyak digemari oleh kalangan millennias (mereka yang berusia antara 16 dan 34 tahun) (Hamid u, dkk, 2019). Tak bisa dipungkiri golongan muda merupakan orang-orang yang lebih melek dan terbuka terhadap perkembangan zaman dan teknologi. Generasi muda cenderung senang mengikuti fenomena-fenomena baru yang terjadi di masyarakat hanya melalui perangkat kecil seperti telepon genggam. Selain itu influencer-influencer dan para tokoh terkenal yang menjadi idola anak-anak muda juga mejadi salah satu alas millennials untuk terus mengikuti *trend-trend* terkini. Data dari YouGov menunjukkan bahwa millennials memiliki persenan proporsi pakaian baru tertinggi dan membeli setengah dari pakaian yang mereka punya dalam kurun waktu setahun belakangan dibandingkan dengan golongan babyboomer atau orang-orang dengan kurun usian di atas 55 tahun. Hal ini lah yang kemudian menjadikan sebuah *trend* lebih terkenal dan dengan mudah diikuti oleh golongan muda dibanding dengan orang-orang tua.

Belakangan ini fenomena menggunakan busana *vintage* merupakan *trend* populer yang menjadi kesenangan anak muda zaman sekarang. Menurut Saputro (2018), fenomena *trend* busana *vintage* ini muncul karena beberapa faktor yang erat kaitanya dengan gaya hidup modern yakni salah satunya adalah perkembangan teknologi. Semakin hari orang-orang semakin mementingkan penampilan dan hal tersebut sudah menjadi makanan sehari-hari. Tuntutan gaya hidup untuk selalu tampil maksimal di setiap kesempatan menjadikan setiap individu berlomba-lomba memiliki dan membeli semua barang-barang yang dapat memenuhi standart penampilan mereka. Karena pergerakan mode busana sangat berkaitan dengan perkembangan zaman, maka cepatnya pergeseran mode busana menjadikan para konsumen *fashion* yang berasal dari kalangan anak muda mulai merasa kewalahan memenuhi kebutuhan tersebut akibat pendapatan ekonomi yang belum seberapa. Busana *vintage* kemudian menjadi alasan dan solusi yang paling sempurna bagi sebagian orang karena harga jualnya terbilang sangat terjangkau.

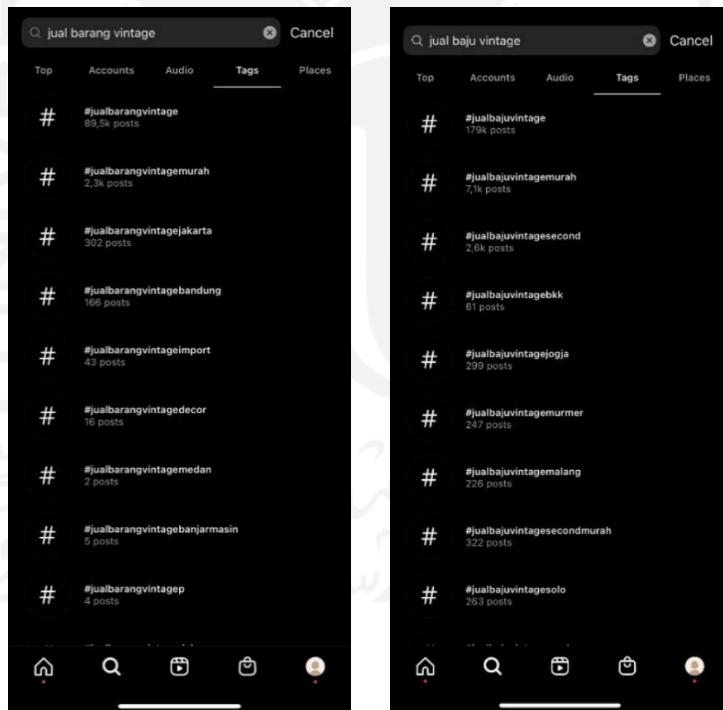


Gambar 2.11 Hasil Pencarian #TokoVintage Di Instagram

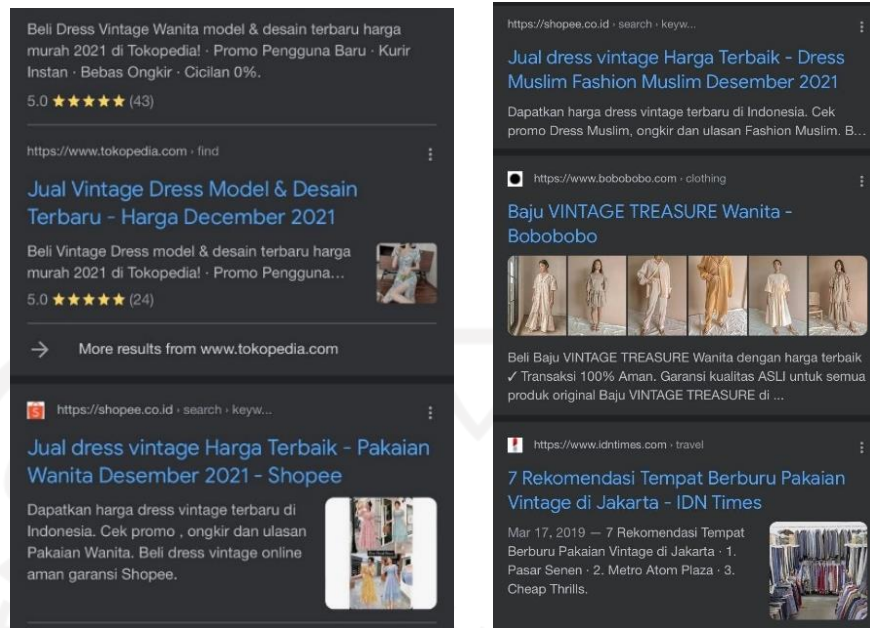
Kegemaran busana *vintage* yang digandrungi oleh kalangan muda dapat dibuktikan dengan banyak ditemui toko-toko online seperti Instagram, Shopee, TokoPedia dan banyak marketplace lain serta toko offline yang muncul dan menamai dirinya sebagai pasar *vintage* untuk menjual produk-produk *vintage* yang didatangi, diikuti dan dibeli oleh anak-anak muda.



Gambar 2.12 Hasil Pencarian Toko *Vintage* Di Instagram



Gambar 2.13 Hasil Pencarian #JualBarangVintage dan #JualBajuVintage di Indonesia pada Media Sosial Instagram



Gambar 2.14 Hasil Pencarian Jual Baju *Vintage* di Internet

Dari gambar di atas dapat dilihat kemungkinan setiap minggunya akan ada lebih dari 1000 juta postingan pada media sosial Instagram yang memposting dan menjual produk *vintage* dan akan terus bertambah jumlahnya setiap detik. Lalu ditemukan juga terdapat puluhan atau bahkan ratusan akun di Instagram yang menamai diri mereka sebagai toko *vintage* di seluruh dunia. Dari hasil observasi pada beberapa toko-toko *vintage* di atas ditemukan bahwa akun-akun tersebut memiliki rata-rata jumlah pengikut sebanyak lebih dari 1000 akun yang mana kebanyakan adalah generasi muda. Lebih lanjutnya hasil pencarian #JualBarangVintage dan #JualBajuVintage pada akun media sosial Instagram menyediakan lebih dari lima hastag yang muncul untuk keywords tersebut. Hal ini berarti ada ratusan hastag lain yang bisa saja muncul dengan keywords serupa jika dicari berdasarkan kota-kota di Indonesia. Akses membeli dan menemukan busana dan aksesoris *vintage* juga terbilang sangat mudah. Seseorang dapat langsung menemukan sesuatu yang ingin dibeli hanya dengan mengetikkan keywords yang bersangkutan pada kolom pencarian di internet seperti gambar di atas.

Lebih lanjut, King (dalam Hollow, 2021) menggambarkan jika kita mencari keyword pakaian bekas atau pakaian daur ulang di Google, maka akan muncul jutaan situs terkait sehingga sudah sangat mudah bagi siapapun menemukan baju-baju dan barang

barang bekas atau *z* di zaman sekarang. Kepopuleran *trend* ini semakin meluas karena bagi sebagian orang tidak hanya atas dasar faktor harga yang lebih murah, busana *vintage* juga dirasa memiliki mode yang unik dan tidak pasaran. Mengingat terbentuknya gaya hidup modern berkaitan erat dengan pandangan *prestige*, maka dari itu beberapa orang cenderung memilih busana *vintage* karena tidak ingin memiliki barang yang sama dengan orang lain. Dengan begitu barang yang mereka miliki menjadi salah satu rare item dan merupakan sebuah kebanggaan bagi pemiliknya.

Beberapa contoh busana *vintage* seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya sering terlihat dan dipakai oleh masyarakat Indonesia tidak hanya di kalangan orang biasa tetapi juga artis-artis dan influencer. Di Indonesia sendiri busana *vintage* yang digunakan jarang terpatok pada tahun-tahun tertentu. Orang-orang biasanya akan memadupadankan atasan, bawahan hingga aksesoris dari era yang berdeda, hal ini kemudian menciptakan tampilan baru yang lebih *trendy* beberapa tahun belakangan. Namun begitu, tidak jarang juga orang yang menggunakan atasan hingga aksesoris yang berasal atau terinspirasi dari satu era saja. Seperti seorang *fashion* blogger dan desainer ternama di Indonesia, Claudia Adinda yang terkenal dengan busana-busana *vintagenya*. Dalam postingan Instagram milik Claudia, dirinya terlihat hampir selalu menggunakan busana dan potongan rambut ala *vintage*. Mulai dari tahun 50-an dan tahun 90-an dimana seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya pada tahun 50-an sarung tangan dan busana dengan bawahan seperti lonceng menjadi *trend* populer di kalangan wanita serta kemeja flannel kotak-kotak, celana bahan denim, dan bandana kain yang terkenal pada tahun 90-an. Tidak jarang juga terlihat Claudia menggunakan aksesoris seperti kalung mutiara besar yang terkenal pada tahun 60-an.



(Sumber : Instagram @miss_adinda_mae)
Gambar 2.15 Fashion Blogger dan Desainer Indonesia Yang Hingga Saat Ini Gemar Berbusana Vintage





(Sumber : Instagram @febbyrastanty)

Gambar 2.16 Beberapa Artis Indonesia Yang Sedang Mengadakan Pesta Bertema *Vintage* Pada 9 April 2021

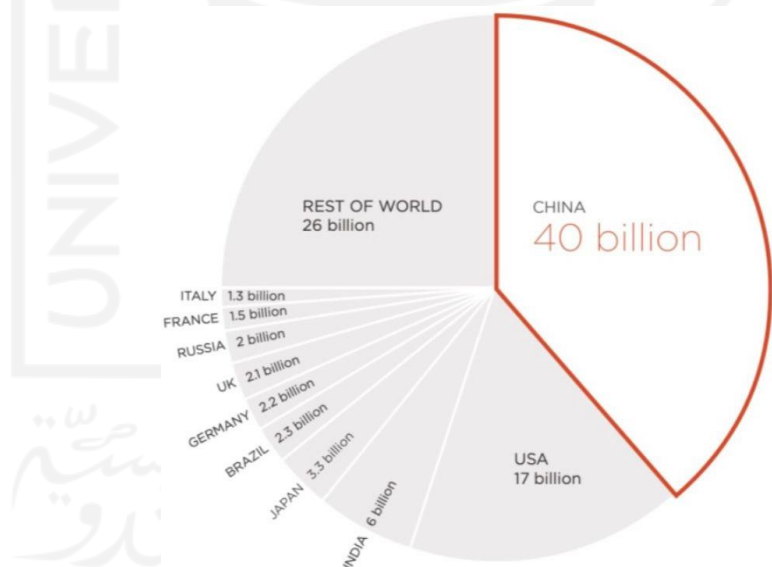
Selain sebagai busana sehari-hari, masyarakat Indonesia juga gemar membuat acara bertemakan *vintage*, yang mana pada acara tersebut orang-orang yang akan hadir diminta untuk datang menggunakan busana yang terinspirasi dari era sebelumnya. Dekorasi dan lagu-lagu yang disiapkan juga akan disesuaikan dengan tema yang ada. Beberapa pesta yang diadakan akan spesifik meminta era tertentu sebagai tema acara mereka seperti 80-an atau 90-an namun ada juga yang membebaskan para tamunya untuk datang dengan busana tahun berapapun. Gambar-gambar di atas juga menjadi bukti bahwa pada saat ini *vintage* merupakan *trend* yang erat di kalangan masyarakat Indonesia.

D. *Vintage* Sebagai Gerakan Perlawanan

Bahasan mengenai busana *vintage* tidak akan lepas dari latarbelakang dibalik munculnya *trend* busana ini. Seperti halnya yang sudah di bahas sebelumnya yakni terbentuknya mode *vintage* merupakan reaksi terhadap praktik tidak etis perusahaan-perusahaan industri *fashion* yang kurang bertanggungjawab (Jackson dan Shaw (Meragvilia, 2014)) bersama dengan semakin populernya model tertentu yaitu *fast fashion* yang telah mengubah pakaian menjadi barang sekali pakai. Artinya, ketika suatu priode busana dari *fast fashion* sudah berakhir, maka perusahaan yang menciptakan serta orang-orang yang gemar mengikuti *trend fashion* akan berbondong-bondong menimbun bahkan

membuang baju, celana atau aksesoris tersebut. Perusahaan *fast fashion* akan kembali mengeluarkan produk terbaru kemudian para konsumen akan membeli barang tersebut.

Riset terbaru dari YouGov menunjukkan 66% atau sekitar dua pertiga orang dewasa di Indonesia membuang busana yang sudah tidak digunakan di beberapa titik lokasi dan 25% dari mereka membuang lebih dari 10 pasang baju dalam setahun terakhir. Sehingga memang penyebaran mode *vintage* melengkapi ideal dan praktik *eco-fashion* dan permintaan *fashion* yang terus meningkat. Menurut seorang desainer *fashion* Indonesia, Jenahara Nasution (dalam Leman, dkk, 2020) mengatakan bahwa pergerakan dan pergantian koleksi busana bergerak dengan sangat cepat, yakni beberapa tahun belakangan ini desainer bisa mengeluarkan koleksi baru setiap bulan atau bahkan setiap minggu. Padahal sebelumnya seorang desainer baru akan mengumumkan koleksi terbarunya setiap setengah tahun sekali. Untuk melayani industri tekstil dan garmen yang besar, terdapat 3.000 miliar perusahaan baru yang memasuki pasar setiap harinya. Hal ini kemudian menjadikan salah satu latar belakang pergerakan industri *fashion* yang cepat.



(Sumber : Commonobjective.co)

Gambar 2.17 Grafik Pengguna Produk *Fast Fashion* di Dunia

Secara keseluruhan *fast fashion* mengantongin sebanyak 2% pendapatan atau senilai 3.300 triliun dolar dari nilai pasar barang dan jasa yang diproduksi oleh seluruh negara pada priode tertentu (*Gross Domestic Production*). Diketahui pula perusahaan-

perusahaan *fast fashion* menargetkan produk mereka kepada kaum millennial, influencer, serta orang-orang terkenal yang memiliki pengaruh besar di masyarakat. Muazimah (2020) berpendapat bahwa sifat produk *fast fashion* yang tidak dapat terurai memungkinkan perusahaan-perusahaan ini menjadi penyebab utama meningkatnya karbon pada lapisan atmosfer bumi sebanyak 25% pada tahun 2050 mendatang. Misalnya, tekstil adalah salah satu industri yang paling berpolusi karena banyak menggunakan zat berbahaya dan terbuat dari serat-serat hasil produksi zat kimia, seperti pestisida, herbisida dan pupuk yang kemudian bisa masuk ke kulit manusia sehingga dapat berdampak buruk bagi kesehatan manusia.

Saat ini, Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki banyak masalah di bidang lingkungan terutama sumber air dikarenakan oleh sampah pewarna yang tidak terurai dan diproses secara tepat (Muazimah, 2020). Sehingga saat ini banyak dari pecinta *fashion* yang mulai menyadari dampak lingkungan dari kegiatan industri yang kemudian berpengaruh terhadap konsumsi *eco-fashion* mereka. Faktanya, penjualan, pembelian, dan penyewaan busana jadul merupakan salah satu peluang industri yang paling tepat untuk tetap menjaga keberlangsungan lingkungan. Jawaban atas permintaan baru dari konsumen yang semakin beragam dapat diwakilkan oleh *fashion vintage* sehingga *vintage fashion* dinilai sebagai sebuah perlawanan atas kegiatan *fast fashion* yang merusak lingkungan. Salah satu informan juga mengaku bahwa dirinya termasuk ke dalam kelompok orang-orang yang mulai meninggalkan produk *fast fashion* dan menyadari dampak kerusakan yang ditimbulkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut.

King (dalam Hollow, 2021) berpendapat bahwa industri pakaian bekas atau yang sekarang dikenal dengan sebutan *secondhand brand* yang dalam hal ini termasuk kedalam *vintage clothes*, memiliki dampak positif bagi sosial, ekonomi dan lingkungan. Sebagian busana *vintage* yang ada di toko-toko barang bekas tidak jarang dalam keadaan baru namun tidak jarang pula ditemukan beberapa kerusakan seperti kancing tidak lengkap atau risleting rusak tetapi hal ini bukan sebuah masalah besar karena masih dapat diperbaiki dengan mudah. “*Missing buttons or broken zippers are not a big deal. It can be repaired or other items can be reused into wiping rags*” (King, dalam Hollow, 2021).

Dalam beberapa hal memang busana *vintage* terlihat seperti cerminan dari mode *fast fashion*. Tentunya busana *vintage* juga masih tetap meninggalkan beberapa limbah

tekstil dan beberapa item busana tidak berhasil dijual habis. Namun, menurut sebuah artikel *Fashion Revolution*, potongan-potongan busana ini akan didaur ulang dan dijual kembali. Item-item ini mungkin akan dijual kepada para pedagang tekstil yang kemudian mendaur ulangnya menjadi kain atau serat-serat kain lalu mereka akan menjual kembali hasil daur ulang tersebut kepada perusahaan-perusahaan lain yang juga membutuhkan seperti sebagai isian barang-barang *furniture*, lap dapur, keset kaki, hingga mungkin dijahit menjadi pakaian model baru.



BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menerangkan dan menguraikan hasil dan temuan peneliti tentang permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Hasil penelitian ini didapatkan dengan teknik wawancara mendalam secara daring kepada beberapa informan yang dipilih melalui teknik snowball sampling. Kemudian peneliti juga menggunakan teknik observasi sebagai cara melengkapi data. Penelitian ini berfokus kepada konteks busana sebagai suatu bentuk identitas sosial yang berkaitan dengan komunikasi. Selain itu, penelitian ini juga akan membahas mengenai motif yang melatarbelakangi penggunaan busana *vintage* bagi mahasiswa yang menggunakannya. Pendekatan kualitatif yang digunakan diharap mampu memperoleh pemahaman dan mendeskripsikan realitas dari fenomena diteliti.

Penelitian ini melibatkan empat orang mahasiswa Universitas Islam Indonesia dari latar belakang jurusan yang berbeda, yaitu Maryam nurul (Informan 1), Suci Aninda (Informan 2), Wafi Ahdi (Informan 3), dan Krismonika Dewi (Informan 4). Sesuai dengan tujuan peneliti, informan yang terlibat merupakan orang yang menggemari busana *vintage*. Di awal peneliti menyebutkan bahwa peneliti melakukan penelitian dengan cara *snowball sampling*, dimana responden berikutnya merupakan rekomendasi dari responden yang telah diwawancarai. Pada awal penelitian, peneliti telah mengamati beberapa orang teman peneliti yang telah ditargetkan sebagai responden, namun karena minimnya informasi dan relasi peneliti terhadap responden di luar lingkungan fakultas peneliti, maka peneliti meminta bantuan dari para responden untuk menyebutkan responden lain yang sesuai dengan kriteria penelitian. Setelah sebelumnya menargetkan responden dari seluruh fakultas, namun karena beberapa kendala, peneliti mengerucutkan informan hanya berasal dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Dalam pelaksanaannya, wawancara dilakukan secara beberapa kali hingga peneliti merasa data yang dibutuhkan cukup lengkap untuk dianalisis. Beberapa temuan sebagai berikut:

1. Membangun Diri Unik

Sejalan dengan pengertian *vintage* menurut para ahli, yaitu *vintage* merupakan sebutan bagi sebuah barang yang mana barang tersebut diproduksi atau diciptakan pada musim atau periode tertentu kemudian memiliki nilai artistik dan dihargai dari tahun pembuatannya, sebagian besar dari informan juga mengatakan hal yang sama ketika ditanya perihal apa yang dapat dikatakan dengan *vintage*, Informan 3 (2021) juga berpendapat, yakni

“Kalau aku sendiri menganggap *vintage* itu barang yang memang lama, misal kamera Nikon tahun 1970 dan dijual di tahun 2020 itu termasuk *vintage*. Tapi kalau misalnya modelnya sama tapi diproduksi tahun sekarang itu bukan. Jadi ya aku menganggap *vintage* itu barang yang sudah lama bukan yang model lama dan diperbaharui atau dibuat sekarang”.

Pendapat serupa juga dikemukakan oleh Informan Nurul, dimana menurutnya *vintage* itu sendiri adalah sebuah kondisi barang yang memang sudah lama dan berasal dari zaman dulu. Sehingga barang dengan label di”*vintage*”kan tetapi tidak dalam kondisi *vintage* bukanlah merupakan barang *vintage*. Hal ini kemudian mungkin menjadi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang timbul karena sejak munculnya *trend* mengenakan kembali pakaian yang sudah pernah digunakan muncul, perusahaan-perusahaan *fast fashion* dan merek-merek *fast fashion* nampaknya mulai mengikuti *trend* tersebut dengan menciptakan dan memproduksi busana yang di”*vintage*”kan. Namun beda halnya menurut Informan 2 dimana ia berpendapat bahwa *vintage* yang dimaksud adalah gaya berpenampilan seseorang sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa semua jenis pakaian dengan tema *vintage* dapat ditakegorikan sebagai sebagai *vintage* item.

“Menurut aku *vintage* disini ini bukan hanya sekadar umur barang tersebut atau barang baru dan lama tapi menurut aku *vintage* disini tuh lebih ke pemaknaan sebagai style, jadi *fashion* style seseorang. Dimana itu bisa berasal dari mana saja, brand-brand ternama juga bisa produksi tapi mereka mengeluarkannya dengan dengan label *vintage* dan itu menurut aku ya adalah *vintage* juga sama hal nya dengan yang memang barang *vintage* otentik”. (Suci Aninda, 2021)

Merujuk kepada hasil wawancara mengenai pengertian *vintage* menurut para informan, dalam hal ini ditemukan bahwa Ninda memberikan pendapat yang cukup menarik dimana seperti kutipan di atas, ia menjelaskan bahwa *vintage* menurutnya adalah sebuah *style* sehingga barang apapun yang diberi sebutan “*vintage*” adalah *vintage*. Hal ini menunjukkan bahwa di masyarakat, pengetahuan mengenai *vintage* sebenarnya tidak

mutlak seperti apa yang dijelaskan oleh para ahli atau kemungkinan besar bahwa masyarakat luas khususnya di Indonesia sendiri tidak benar-benar paham dan mengerti makna sebenarnya dari barang-barang *vintage* itu sendiri.

Sejalan dengan hal di atas kemudian peneliti mencoba menelusuri apa yang membedakan busana *vintage* otentik dengan busana yang di”*vintage*”kan. Melalui hasil jawaban dari para informan, busana *vintage* otentik biasanya memiliki tag atau tanda yang tertera pada busananya hingga bahan dari busana itu sendiri. Seperti penuturan oleh Nurul (2021),

“Cara membedakannya itu sebenarnya kalau *online* atau *offline store* itu kan suka ngasih *caption* gitu loh, misal *vintage* Warner Bros Tee tahun 1975, gitu. Nah itu nanti ada fotonya tuh, mereka kek ngefoto *details* si barangnya itu. Terus emang barang-barang *vintage* itu biasanya dia emang ada tahunnya, ntah itu di tag belakang bajunya, ntah itu dideket sablonnya, gitu. Nah, nanti ada tahun 1998 itu ntar emang berarti dibikin tahun segitu dan biasanya juga kondisinya emang sinkron gitu. Kek ada yang pudar atau emang itu terlihat *vintage* dari bahannya atau dari *cuttingannya* emang kelihatan *vintage*.”

“Nah ini sebenarnya ada sih keknya ilmunya tapi aku belum belajar dan aku udah skeptis duluan sih soal hal itu, jadi sepertinya masih susah sih aku sebenarnya bedainnya. Mungkin dari tagnya, tag bajunya, ya tapi kan kebanyakan toko yang jual barang bekas *online* itu kalau *vintage* tagnya tuh suka udah dicopot duluan, biasanya setauku, sepengalamanku. Jadi ya aku kurang tau aja dan kurang peduli sih sama masalah itu, yaudah selama itu cocok dan bagus untuk ku perlihatkan dan ku lihat jadi ya gak masalah,. Tapi kalau untuk *offline* gitu mungkin lebih mudah sih bedainnya karena kan kita memegang langsung (bahan dan tampilannya), gitu.” (Wafi Ahdi, 2021)

“Kalau dari aku sih, kalau misal beli baju yang kek di toko barang bekas gitu aku biasanya kalau bisa nentui barang itu *vintage* apa gak tu biasanya selain terlihat dari *looknya* juga kadang lihat dari *brandnya* gitu loh. Banyak kan beberapa yang aku tau *brand-brand* udah dari jaman dulu gitu, jadi terlihat dari *brand* dan *looknya* gimana sih kalo menurut aku. Soalnya kan sekarang juga banyak produk baju, celana, sendal, tas gitu yang baru keluar di zaman sekarang tapi padahal itu ikutin yang ada di zaman dulu gitu loh. Ntah itu kemeja, blazer atau sepatu gitu.” (Krismonika Dewi, 2021)

Seperti yang sudah dibahas sebelumnya bahwa busana merupakan salah satu bentuk komunikasi non-verbal dimana busana dapat mengkomunikasikan pesan-pesan berupa apa, bagaimana, dan siapa si pengguna melalui simbol-simbol yang melekat pada busana tersebut, yakni berupa warna, gambar, motif serta bahannya. Maka dari itu, dalam wawancara dengan para informan ditemukan bahwa dari penggunaan busana *vintage* yang

mereka gunakan rupanya memberikan penilaian mengenai bagaimana mereka dipandang oleh lingkungannya dan juga merefleksikan pesan apa yang ingin disampaikan pengguna kepada orang lain. Seperti wawancara dengan informan 1, dimana Nurul mengaku bahwa orang-orang cenderung menilai dirinya sebagai orang yang periang dan tomboy karena dalam kesehariannya berpakaian dirinya memiliki banyak pakaian dengan warna-warna netral seperti hitam, putih, dan sesekali menggunakan busana dengan warna-warna yang cukup cerah sehingga dianggap sebagai orang yang periang. Nurul juga mengaku bahwa dirinya kurang suka menggunakan busana seperti rok dan baju dengan motif yang feminim yang akhirnya membentuk anggapan bahwa Informan adalah orang yang tomboy. Menanggapi hal ini, Nurul membenarkan penilaian-penilaian tersebut. Dimana informan mengaku dirinya termasuk orang yang tomboy dan ingin dikenal sebagai orang yang periang sehingga akan lebih mudah untuk mencari teman dan diterima di lingkungan baru.

Selama mengadopsi busana *vintage* sebagai busana sehari-harinya, informan 1 mengaku dirinya merasa didukung dan diterima oleh lingkungannya. Hal ini dibuktikan dengan Nurul sering dimintai saran dan masukan perihal busana dan *fashion* teman-temannya dan sering mendapatkan pujian untuk gaya berpakaianya. Hal serupa juga diterima oleh beberapa informan lain, seperti informan 2 yang mengatakan bahwa dirinya merasa senang memutuskan untuk menggunakan busana *vintage* karena selama menggunakan busana *vintage* Ninda kerap menerima pujian-pujian lebih dari pada sebelum dirinya menggunakan busana *vintage*.

“Terus kalau buat temen-temen sendiri, mereka juga seneng sih melihat aku. Suka tanya-tanya juga apa sih *tips* and *tricks*nya (memadupadankan busana). Kadang mereka juga minta pendapat, minta saran kalau misalnya mereka mau ada acara atau misalnya mau beli baju, gitu.” (Suci Aninda, 2021)

Lebih lanjut, informan 2 mengatakan bahwa busana *vintage* yang ia kenakan merepresentasikan dirinya sebagai orang yang berani dan percaya diri karena busana yang dikenakan informan didominasi oleh banyak corak dengan warna busana yang beragam.

Dari hasil wawancara dengan informan diatas didapat temuan bahwa sebagian besar orang menganggap seseorang yang menggunakan pakaian dengan banyak corak dan pakaian dengan warna-warni merupakan orang yang ceria, percaya diri, dan berani. Hal ini karena warna merupakan sebuah bentuk pesan non-verbal yang didalamnya mengandung makna “siapa” dan “apa” dari objek yang mengenakannya. Warna adalah

salah satu unsur seni dan unsur visual yang penting. Dengan warna, seseorang dapat mengidentifikasi suatu objek dengan penglihatan yang kemudian merangsang mata untuk melihat dengan jelas objek tersebut. Selain itu, warna juga dapat menunjukkan watak dan sifat dari sebuah benda (Ayu, 2019). Setiap warna memiliki makna masing-masing dan juga akan membentuk karakter masing-masing bagi penggunanya. Menurut pengakuannya, dalam menggunakan busana *vintage* informan 2 tidak terlihat memilih-milih model busana seperti apa yang akan digunakan dalam kegiatan sehari-harinya. Ninda akan dengan senang hati menggunakan warna-warna cerah seperti kuning, hijau, dan merah ketika akan pergi berbelanja kebutuhan sehari-hari. SA mengaku bahwa dirinya ingin selalu terlihat berpenampilan baik walaupun sedang dalam keadaan yang siap. Meskipun begitu menurut penjelasannya ia tetap akan menyesuaikan kebutuhan busananya dengan kegiatan yang ia sedang laksanakan, berikut kutipan wawancaranya

“Kalau untuk memakai baju sebenarnya aku tetap akan menggunakan warna-warna dan motif-motif ketika misal mau pergi belanja dan hanya keluar sebentar untuk makan karena memang bajuku seperti itu. Tetapi akan tetap aku sesuaikan dengan kebutuhan. Gak mungkin mau keluar makan saja aku akan pakai sepatu boots dan blazer, kan? Atau akan pergi undangan aku hanya pakai kaus garis-garis biasa.” (2021)

Selain mendapatkan berbagai pujian dan pertanyaan seputar memadu padankan busana. Ninda juga mengaku bahwa dirinya pun didukung oleh keluarganya sendiri dalam menggunakan busana bertema *vintage*. Seperti paparannya yang mengatakan

“Ibu aku juga anggapannya yang senang gitu karena kepakai lagi baju-bajunya. Karena kan ini baju dari jaman ibu aku belum punya anak yang biasanya ku pakai sekarang. Bahkan kalo aku mau balik ke Yogyakarta tuh ibu aku suka mencarikan aku baju lagi dilemarinya biar bisa aku pakai. Terus nanti biasanya nanya akum au gak pakai ini itu, gitu.” (Suci Aninda, 2021)

Selanjutnya, Wafi Ahdi, sebagai informan 3 kemudian mengutarakan bahwa gaya busana yang dikenakannya membentuk penilaian dimana dirinya merupakan orang yang tenang dan santai. Informan 3 mengaku menyukai busana-busana santai dan *versatile*. WA gemar menadupadankan kaus yang dilapisi kemeja serta celana jeans dan ikat pinggang. Menurut penjelasannya ketika cuaca terasa sejuk, kaus yang dilapisi kemeja akan membantunya merasa lebih hangat dan sebaliknya ketika cuaca mulai terik kemeja tersebut dapat dibuka dan diikatkan pada bagian pinggang sehingga menciptakan tampilan baru. Namun, disamping itu dalam setiap penampilannya, informan 3 mengaku tidak

merasa keberatan tampil dengan jaket, sepatu, dan baju-baju dengan bahan yang tidak sesuai iklim di Indonesia demi terlihat menarik.

“Kalau untuk ke warung saja ya pakai pakaian *versatile* gitu sih aku suka. Kaus dan kemeja. Kalau dingin kemejanya dipakai, kalau panas kemejanya diikat ke pinggang dan ketemu style baru. Tapi sebenarnya sih aku juga suka gaya-gaya luar negeri seperti jaket kulit, boots, atau mantel bulu gitu. Memang ya tidak semua bisa dipakai di Indonesia tapi misalnya jaket-jaket dan boots gitu aku masih tidak masalah. Panas juga ya lanjut saja, karena aku juga nyaman dan ingin terlihat bagus untuk orang dan diri sendiri kan. Pahala juga tampilin bentuk yang baik ke orang-orang”. (Informan 3, 2021)

Lain halnya dengan informan 4, Krismonika Dewi mengaku, selama mengadopsi *vintage* sebagai gaya busananya, dirinya beberapa kali mendengar penilaian kurang menyenangkan dari beberapa pihak yang menganggap bahwa dirinya memiliki selera busana yang ketinggalan zaman dan tidak cocok dengan umurnya. Namun begitu, menurut Monik bergaya *vintage* memang seperti bergaya dengan selera tua tapi juga memiliki nilai berbeda dan unik dari orang lain. Monik merepresentasikan dirinya sebagai wanita dengan selera lama tetapi berjiwa muda. Model busana *vintage* yang dipilih oleh Monik adalah *dress* yang dipadukan dengan dalaman kaus panjang serta bahawan celana panjang, jaket-jaket *vintage* dan juga sweater.

Dari hasil pemaparan wawancara-wawancara di atas dapat dilihat bahwa bagaimana orang lain menilai kelompok orang yang menggunakan *vintage* tidak terpatok dari satu hal yang mutlak. Penilaian tersebut tergantung pada bagaimana dan apa yang digunakan oleh para pengguna *vintage*. Seperti halnya yang disampaikan oleh para informan dimana mereka mendapat respon berbeda-beda mengenai busana mereka dikarenakan perbedaan referensi busana yang dipilih. Namun dengan begitu, para pengguna busana *vintage* dinilai sebagai individu yang memiliki selera unik yang mana arti unik disini adalah para pengguna *vintage* dan atau pengoleksi barang-barang *vintage* dirasa mempunyai selera yang terkesan mahal namun tetap tidak terkesan berlebihan dalam menunjukkan penampilannya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap orang melakukan sesuatu tentu memiliki tujuan mengapa melakukan hal tersebut. Begitupun dalam hal ini, dari hasil wawancara dengan informan diketahui bahwa dalam menggunakan busana *vintage* para informan mengaku memiliki tujuan masing-masing. Seperti pengakuan Ninda yang mengatakan

bahwa dirinya menggunakan busana *vintage* sebagai *branding* untuk dirinya agar dikenal orang.

“Sebagai *personal branding* buat diri aku sendiri, jadi orang akan kenal aku seperti aku dengan pakaianku ini dan aku berharap orang juga bisa dapat inspirasi pakaian sehingga ikut tertarik coba *style-style* ini yang mungkin mereka belum pernah coba sebelumnya. Terus tujuan yang lain ya sebenarnya untuk memuaskan diri aku sendiri aja. Karena aku biasa mengekspresikan apa yang ada dipikiran dan hati aku melalui penampilanku.” (Suci Aninda, 2021)

Disamping tujuan *branding*, sebagian besar informan mengemukakan bahwa tujuan awalnya berbusana *vintage* adalah sebagai pemuas diri. Dimana ketika berbusana mereka merasa senang mendandani dan terlihat indah sesuai dengan keinginan mereka. “Kalau aku ya karena aku nyaman untuk memperlihatkannya aja dan aku sendiri juga nyaman untuk memakainya. Karena kan kita bisa dapat pahala juga kalau buat orang melihat hal-hal yang indah.” (Wafi Ahdi, 2021)

Pernyataan informan sebelumnya juga sejalan dengan tujuan milik Monik, dimana dirinya merasa puas dan senang ketika mendandani dirinya dengan busana *vintage*,

“Selain nyaman memakainya aku juga suka suka banget. Seperti merasa kalau aku ini keren dan bagus banget gitu. Tapi bukan tertuju khusus untuk dilihat orang, melainkan karena memang aku merasa bangga dengan tampilanku. Senang dengan apa yang kulihat di diriku dan penampilanku.” (2021)

Dari wawancara yang dilakukan, hampir seluruh informan mengaku bahwa dirinya merasa tidak terganggu dengan penilaian orang lain terhadap dirinya melalui pakaiannya. Beberapa informan berpendapat bahwa, “Sebenarnya *situasional* sih kalau aku. Mungkin kalo hal itu baik buat aku, menurutku bijak untuk aku kerjakan ya aku bakal dengerin, tapi kalau menurutku gak berbasis apa apa ya aku bakal biasa aja gak aku dengerin.” (Wafi Ahdi, 2021).

“Kalau menurut aku tergantung bagaimana dia menyampaikan atau apa sebenarnya maksud isi isi dari pendapatnya itu sih. Kalau ternyata apa yang dia bilang itu ada benarnya, pasti aku akan pertimbangkan. Walaupun pasti aku mempertimbangkan dan mengkolaborasikan pendapatnya dengan pendapat aku. Karena yaa itu tadi sih sebenarnya I don't care aja kalo misalnya orang bilang bajuku terlalu warna-warni, yaudah aku gak seperduli itu. Tapi biasanya aku bakalan lebih dengerin pendapat ibu aku. Kadang-kadang she knows what's best for me. Kek untuk pakai baju gitu kadang beliau suka kasih saran bagusnya pakai

apa untuk acara apa gitu. Tapi selain beliau sepertinya aku masih akan saring lagi karena aku sih gak peduli sebenarnya.” (Suci Aninda, 2021)

Para informan juga mengaku bahwa berpakaian rapih dan tampil dengan baik adalah sebuah keharusan dan merupakan hal yang cukup krusial. Selain sebagai salah satu cara untuk membuat diri merasa nyaman dan senang, menurut Nurul berpakaian rapih juga akan memberikan rasa percaya kepada orang yang melihatnya.

“Menurut aku penampilan itu adalah hal yang sangat penting. Penting banget, penting banget sumpah. Kenapa ya? Soalnya, selain karena aku ini kan *shop keeper*, jadi dituntut untuk selalu melayani orang dan ketemu orang setiap hari, jadi yang harus ditampilkan bukan cuma jasa aku aja gitu loh. Aku juga harus berpenampilan baik, biar orang juga yang dateng ke tempat aku kerja juga jadi nyaman, jadi senang, jadi tertarik untuk datang dan membeli gitu. Terus itu juga menurut aku penampilan juga mencerminkan kepribadian kita gitu loh, jadi orang juga bisa ngebaca apa yang ada di diri kita dari penampilan kita, gitu. Terus penampilan itu juga aku pribadi ngerasa orang jadi percaya sama aku soal *fashion* karena penampilan aku ini meyakinkan gitu.” (Maryam Nurul, 2021)

2. Latar Belakang dalam Memilih Identitas Busana

Setiap individu memerlukan sebuah identitas untuk memberikannya sebuah perasaan “ada” sebagai bagian dari eksistensi sosial. Dalam hal ini identitas tersebut digambarkan melalui *fashion* busana. Dalam membentuk sebuah identitas, seseorang menggunakan sesuatu sebagai tanda yang didalamnya melekat sebuah makna dan kemudian pada akhirnya akan melahirkan identitas bagi orang tersebut. Artinya identitas digunakan sebagai komunikasi untuk menjelaskan posisi seseorang dalam kelompok masyarakat yang mana poin utama dari identitas adalah kemampuan manusia yang berakar pada bahasan untuk mengetahui siapa dan apa sebuah individu tersebut. Ini melibatkan pengetahuan mengenai siapa diri sendiri, pengetahuan tentang siapa orang lain, mereka mengetahui siapa kita, dan kita mengetahui siapa yang mereka pikirkan tentang kita, dan seterusnya. Selain itu, biasanya dalam membentuk identitas, seseorang akan dibantu oleh orang lain. Hal ini berarti setiap proses pembentukan identitas seseorang juga bercermin kepada orang lain dan tidak bisa lepas dari pengakuan orang lain. Menurut data yang dikumpulkan, para informan yang sudah diwawancarai memiliki pandangan serta tujuan masing-masing mengenai dirinya sebagai sebuah individu dengan identitas busana

yang dimiliki begitupula dengan pesan apa yang ingin mereka komunikasikan kepada masyarakat dan lingkungannya.

Sebagai titik awal yang sangat mendasar, komunikasi merupakan sebuah proses terjadinya pertukaran pesan dari suatu individu ke individu lain atau kelompok dengan menggunakan sarana dan media tertentu. Dalam komunikasi akan ditemui beberapa karakter pokok utama sehingga proses tersebut dapat dikatakan sebagai komunikasi, yakni ada pesan yang akan disampaikan, ada orang-orang atau kelompok-kelompok yang menerima dan memberikan pesan tersebut, dan ada media sebagai perantara menerima dan mengirimkan pesan tersebut. Dalam hal ini pesan-pesan tersebut dapat berupa gambar, suara, teks hingga simbol (Onong dalam Maria, 2012). Dari hal ini lah kemudian busana *vintage* dapat menjadi perantara bertukar pesan menggunakan simbol-simbol yang ada pada busana tersebut untuk mengkomunikasikan identitas si pengguna kepada orang-orang yang melihat.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, para informan mengaku bahwa mereka tertarik memilih dan menggunakan busana *vintage*. Ketika seseorang memilih untuk menggunakan suatu hal sebagai identitas dirinya, hal pertama yang menggerakkan mereka untuk mencoba adalah rasa tertarik. Minat atau dalam hal ini merupakan rasa tertarik pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar rasa ketertarikannya (Soraya, 2015). Selanjutnya, menurut Soraya, Woodworth dan Marquis (2001) mendeskripsikan minat sebagai suatu motif yang mendorong seseorang untuk berhubungan dengan objek yang menurutnya menarik. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa minat merupakan suatu dorongan atau kecenderungan untuk berhubungan, memeriksa, menyelidiki hingga mengerjakan suatu aktivitas yang menarik baginya. Seperti hasil wawancara dengan Informan Krismonika Dewi (2021) yang mengatakan bahwa ia mulai tertarik menggunakan dan mencoba busana *vintage* setelah beberapa lama memperhatikan kakeknya dalam berpenampilan. Menurutnya busana yang dikenakan kakeknya terlihat keren untuk dicoba. Sama halnya dengan informan sebelumnya, ketika ditanya perihal awal mula menyukai busana *vintage*, Suci Aninda, (2021) mengatakan,

“Semester 3 mulai *trend* lagi orang-orang menggunakan style *vintage* dan retro. *Come back* lah 80’s, 90’s gitu. Kalau aku memang sudah tertarik dengan hal itu

lalu mulai mencari inspirasi dari Instagram dan Pinteres hingga akhirnya aku menemukan dimana titik nyaman dalam berpakaian seperti itu. Nah setelah itu baru beksperimen hunting baju dan mulai berani main warna serta tekstur baju. Karena dulu kalau untuk warna aku tuh belum yang seberani itu. Nah aku baru berani coba ketika pengen berganti dari *style* sebelumnya ke *style* yang sekarang”.

Sama halnya dengan Informan sebelumnya, Maryam Nurul (2021) juga mengatakan bahwa,

“Karena memang tiba-tiba di tahun 2019 kemarin *style oversized* dan *baggy jeans* itu zaman lagi. Jadi aku merapa dapat kesempatan nih untuk bisa coba yang *style* dari dulu memang ingin dicoba. Ketika aku coba ternyata aku merasa jauh lebih nyaman dengan berpakaian seperti itu dibanding pakaian ku di hari-hari sebelumnya.”

Berdasarkan wawancara diatas dapat dilihat bahwa para informan merasa tertarik untuk mencoba karena melihat *trend* busana *vintage* yang sedang digemari banyak orang. Pakaian dengan model jadul banyak dipasarkan kembali dan digunakan oleh orang-orang. Beberapa informan mengatakan mereka juga menggunakan media sosial seperti Instagram dan Pinterest untuk membantu mereka menemukan dan mencari busana serta gaya berpakaian *vintage* yang sesuai dengan dirinya. Hal tersebut mendorong rasa suka informan untuk mulai mencoba, mengeksplorasi dan menggunakan busana *vintage*. Selain itu, influencer dan tokoh-tokoh yang mereka gemari juga berperan dalam mendorong para informan untuk mencoba suatu *trend* atau gaya hidup, dalam hal ini adalah busana *vintage*. Artinya lingkungan mempengaruhi minat dan rasa tertarik seseorang untuk mencoba dan melakukan suatu hal. Minat tidak hadir secara tiba-tiba dari diri seseorang melainkan melalui proses. Dengan adanya interaksi dengan lingkungan dan perhatian mengenai hal tersebut, maka minat bisa saja berkembang. Rasa tertarik ini biasanya muncul ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kecocokan atau kesesuaian (Soraya, 2011). Tidak hanya dapat berasal dari lingkungan keluarga atau tokoh nyata di kehidupan, rasa tertarik untuk mencoba suatu hal juga dapat didorong dari hal-hal lain seperti film yang ditonton dan musik yang didengar. Hal ini dibenarkan oleh kutipan wawancara yang didapat dari informan 3 dimana mengatakan “... Kebanyakan karena aku suka musik sih tapi belakangan ini aku banyak ikutin film seperti TV series. Jadi aku gampang terobsesi sama karakter di TV series gitu”, (2021).

Dari penemuan di atas ditemukan beberapa motif-motif yang meladasi ketertarikan para informan terhadap busana *vintage*, yaitu :

a. Kenyamanan

Selanjutnya kegunaan sebuah busana juga berkaitan erat dengan kenyamanan dan keamanannya. Sebagian besar informan menyebutkan alasan kenyamanan sebagai satu dari beberapa alasan lain yang melatarbelakangi mereka dalam memilih busana *vintage*. Seperti fungsi busana yaitu salah satunya adalah utility (kegunaan) oleh Sue Jenkyn Jones (Umma, 2016), busana yang dipakai haruslah dapat digunakan sebagai pelindung tubuh dari cuaca dan juga dapat melindungi si pengguna dari gigitan atau sengatan binatang. Selain itu, bahan dan model busana tidak boleh mengganggu kesehatan, seperti membuat iritasi dan gatal hingga mengganggu pernapasan dan pergerakan karena ukuran dan model tidak sesuai. Seperti ungkapan informan 1 ketika diwawancarai perihal tujuan penggunaan busana *vintage*, dimana MN mengatakan bahwa menurutnya busana *vintage* sama halnya dengan busana tidur yang kita gunakan berulang-ulang. Artinya busana tersebut digunakan kembali karena mampu membuat rasa aman dan tenang ketika memakainya. Sejalan dengan pernyataan sebelumnya, dimana busana tidak boleh mengganggu kesehatan dan membuat iritasi, informan 1 juga menambahkan bahwa busana yang nyaman menurutnya adalah busana yang tidak terbuat dari bahan rajut karena busana rajut dapat membuatnya iritasi, selain itu busana yang nyaman juga adalah yang tidak membentuk lekuk badan bukan merupakan baju dengan kerah yang terlalu lebar. Kemudian menurut pemaparan informan 3, busana nyaman adalah yang sesuai dengan bentuk tubuhnya dimana tidak terlihat kebesaran dan tidak terlihat kekecilan. Sementara untuk informan 2, kenyamanan sebuah busana terletak pada bahannya karena busana yang dikenakan diharapkan tidak membuat gerah disiang hari dan untuk suasana malam cukup menghangatkan diri. Kemudian, beberapa informan mengatakan bahwa estetika dari busana *vintage* dirasa cukup sesuai dengan karakteristik diri mereka atau dengan kepribadian yang ingin disampaikan oleh penggunanya.

b. Antik

Selain dinilai lebih nyaman, karakteristik *vintage* yaitu seperti kelangkaan barang tersebut, model dan motif, jenis pakaiannya hingga harga dari barang tersebut. Juga ternyata merupakan daya tarik bagi konsumen. Hal ini sesuai dengan pengertian *vintage* dimana *vintage* merupakan sebutan atau istilah untuk barang-barang antik atau lama yang diproduksi pada tahun dan suasana tertentu kemudian dijual dan dipasarkan kembali. Model dan bentuk yang beredar di pasaran dijual dengan quantity terbatas yakni biasanya 1 sampai 2 item per busana. “Nah kalau *vintage* ada nilai *plusnya* karena berasal dari tahun lama jadi biasanya sudah tidak diproduksi kembali. Sehingga seperti merasa mendapatkan barang langka aja” (Nurul, 2021).

Kemudian bagi sebagian orang, desain dalam sebuah busana merupakan sebuah hal yang harus diperhatikan sebelum membeli dan menggunakannya. Desain dalam hal ini dapat berupa cuttingan busana, gambar dan motif, warna, hingga bahan yang digunakan sebagai pembuat busana dianggap mampu mempengaruhi penampilan si pengguna. Orang dengan ukuran tubuh yang kecil akan cenderung menghindari busana dengan potongan yang besar karena akan membuat tubuhnya terlihat semakin kecil, orang dengan ukuran tubuh yang jenjang biasanya akan mencari busana dengan ukuran yang panjang agar sesuai ketika dipakai dan orang dengan bentuk tubuh lebar cenderung menghindari busana dengan bahan tebal karena dirasa akan menambah volume tubuh. Seperti dalam temuan ini, beberapa informan menyebutkan bahwa penting bagi mereka melihat desain sebelum memilih sebuah pakaian dan busana *vintage* dirasa memiliki desain yang cukup unik.

“Menurut aku pakaian *vintage* itu lebih berkualitas dari segi desain karena terlihat lebih niat. Mungkin dijamin sekarang juga banyak yang niat dalam hal desainnya, tetapi sangat jarang bisa melihat desain-desain seperti *vintage*. Kalau kita lihat, desain *vintage* terbilang ribet karena ada bordiran pita-pita, jaitan renda-renda, dan lain lain. Tidak jarang juga aku lihat baju *vintage* yang desain gambarnya full print dari bagian depan ke bagian belakang (Nurul, 2021).

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa informan melihat busana *vintage* sebagai suatu yang mengeluarkan desain corak yang langka serta unik. Begitupun dengan bentuk baju dan celananya. Seperti baju dengan kerah lebar bulat penuh renda dan lengan balon. Informan juga menambahkan pernyataan bahwa dalam menciptakan sebuah pakaian di era sekarang, para perusahaan *fashion* terlihat menciptakan busana dengan gaya dan desain sesederhana mungkin yang kemudian dipasarkan dengan harga yang tinggi.

Lebih lanjut, walaupun dalam mencari busana *vintage* dibutuhkan ketelitian dan usaha yang sedikit lebih besar dikarenakan model dan desain yang sesuai selera biasanya ditemukan dalam jumlah yang langka, namun hal tersebut menjadi sebuah pride tersendiri bagi orang-orang yang memiliki. Hal ini karena mereka tidak perlu merasa khawatir bertemu dengan orang lain yang menggunakan busana dan motif serupa karena artinya barang mereka tidak menjadi suatu hal yang pasaran. Berapa informan juga berpendapat bahwa kerusakan pada busana seperti retak alami tulisan atau gambar pada sablon baju hingga perubahan warna dan corak yang terjadi seiring dengan berjalannya waktu justru menambah keunikan dari barang tersebut karena hal seperti itu tidak akan dapat ditemukan atau diciptakan oleh perusahaan *fashion* di era terbaru.

Kelangkaan busana *vintage* juga mempengaruhi harga jualnya, begitupun tahun produksinya. Hal ini dikarenakan semakin lama tahun pembuatan dari produk tersebut maka akan semakin sulit menemukan barang sama dengan kualitas yang masih bagus, maka akan juga semakin langka barang tersebut sehingga harga jualnya pun semakin tinggi. Informan 1 juga menambahkan bahwa atasan *vintage* seperti kaos tak jarang yang memiliki sablon full dari depan baju hingga belakang dan beragam karakter hingga warna. Hal tersebut sejalan dengan kutipan wawancara berikut

“Nah, bicara mengenai desain busana *vintage* cukup menarik karena biasanya banyak desain lucu mungkin seperti gambar sebuah band atau motif abstrak hingga gambar-gambar kartun. Sehingga cukup menjadi sebuah daya tarik sih sebenarnya.” (Informan 3, 2021).

Selain itu dari wawancara ini ditemukan bahwa bagi sebagian orang busana dengan motif dan warna beragam dianggap menyenangkan dan menarik. Karena mereka bisa dengan bebas menggabungkan berbagai warna dan motif tersebut untuk digunakan disatu waktu yang sama. Seperti halnya busana *vintage* yang memang kebanyakan diproduksi warna-warni dan atau motif corak yang banyak sehingga menyenangkan untuk dipadupadankan dengan busana yang lainnya. Hal ini didukung oleh informan 2 (2021) yang setuju mengatakan bahwa hal menarik dari busana *vintage* adalah keberagaman warnanya yang bisa disandingkan dengan aksesoris lain.

Beberapa diantara pengguna membeli baju *vintage* karena mereka senang terhadap produk-produk dari merek-merek tertentu yang tidak masuk ke Indonesia. Toko-toko busana *vintage* kemudian menjadi salah satu sarana mereka untuk menemukan busana

dengan merk tersebut. Hal ini dijelaskan oleh Informan 1 yang mengatakan bahwa kegemarannya terhadap busana *vintage* salah satunya juga karena biasanya busana-busana *vintage* yang dipasarkan merupakan barang dengan merk-merk ternama yang model, gambar ataupun coraknya tidak dipasarkan masuk Indonesia.

c. Harga Terjangkau

Kaum muda yang memang kebanyakan merupakan penggemar *trend* busana lalu berupaya untuk memenuhi kebutuhan tampilan mereka dengan cara berbelanja yang murah. Barang *vintage* yang terkenal dengan harga bervariasi kemudian menjadi salah satu alasan utama mereka senang berburu barang-barang *vintage* (thrifting). Hal ini juga dikemukakan oleh informan 2, dimana dirinya mengatakan bahwa busana *vintage* merupakan busana yang harganya paling terjangkau baginya untuk saat ini. Sehingga hal tersebut menjadi salah satu latar belakangnya membeli. Berdasarkan wawancara dengan para informan ditemukan bahwa mereka memiliki jawaban berbeda-beda satu dengan yang lain perihal harga busana *vintage* yang biasa dikonsumsi. Dapat dirangkum bahwa kisaran harga busana *vintage* yang terdapat di pasaran berkisar dari harga puluhan hingga ratusan ribu. Sehingga busana *vintage* dirasa sangat ideal untuk menjangkau berbagai kalangan masyarakat termasuk anak-anak muda dengan hasil dan pendapatan ekonomi yang rendah.

Selain itu ditemukan bahwa tidak semua baju *vintage* merupakan barang yang sebenar-benarnya berasal dari berabad-abad lalu tetapi juga merupakan baju-baju bekas pakai orang lain yang kemungkinan diproduksi pada era terkini kemudian dipasarkan kembali dengan alasan si pemilik sudah tidak ingin menggunakannya. Barang seperti ini dikenal sebagai “secondhand clothes” atau barang bekas pakai. Untuk mempermudah pemahaman, pada dasarnya *vintage* adalah barang secondhand tetapi barang secondhand belum tentu merupakan *vintage*. Barang-barang tersebut biasanya dijual dengan harga lebih murah. Namun, hasil wawancara dan observasi yang dilakukan juga menemukan bahwa beberapa produk busana *vintage* yang ada dipasaran ternyata merupakan hasil produk perusahaan-perusahaan *fast fashion* yang dibentuk seolah-olah seperti berasal dari lampau yang lalu di branding sebagai busana *vintage*. Hal ini dilakukan oleh pihak-pihak tersebut karena melihat pendapatan yang diperoleh cukup menguntungkan sebab minat

konsumsi masyarakat terhadap barang *vintage* terbilang tinggi. Meskipun begitu, tidak jarang juga ditemukan barang-barang hasil timbunan baju-baju yang memang sudah lama adanya kemudian diperdagangkan kembali. Barang-barang ini lah yang kemudian dijual dengan harga yang terbilang mahal. Kemudian para informan mengatakan mereka tidak merasa kesulitan dalam mencari dan menemukan busana *vintage* karena zaman sekarang banyak toko-toko online seperti di Instagram ataupun web-web tertentu hingga toko offline di pasar yang menjual busana-busana *vintage* dari kisaran harga puluhan hingga ratusan ribu rupiah serta kualitas yang masih terbilang baik. Selain itu juga beberapa informan mengaku mendapat barang-barang *vintage* langsung dari keluarga dan saudara-saudaranya.

Merujuk kepada teori Barnard (2011) sebelumnya mengenai *fashion*, dimana ia menerangkan bahwa busana merupakan sebuah hal yang digunakan untuk menunjukkan identitas atau nilai sosial seseorang. Barnard juga mengatakan bahwa busana adalah salah satu cara seseorang untuk mengidentifikasi dirinya dalam sebuah kelompok. Sub-bab temuan ini akan membahas pandang para pelaku mengenai busana *vintage* sebagai busana keseharian mereka dan bagaimana busana tersebut merepresentasikan mereka di masyarakat. Dalam penelitian ini diketahui bahwa *vintage fashion* merupakan *trend* baru dikalangan generasi muda yang dianggap dapat membentuk penilaian diri bagi pengguna *fashion* tersebut.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang dapat di ambil dari hasil penelitian ini. Kesimpulan merupakan jawaban dari permasalahan yang diteliti dan merupakan temuan penulis selama melaksanakan penelitian serta saran yang diajukan oleh penulis sebagai penutup dari kesimpulan yang dikerjakan lain itu diharapkan juga dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi penelitian berikutnya.

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengangkat *trend* busana *vintage* sebagai fenomena yang diteliti karena busana *vintage* dianggap mampu menciptakan sebuah identitas bagi para penggunanya. Dengan menggunakan *vintage*, seseorang dinilai sebagai sebuah individu yang mempunyai selera tua klasik, karena pada dasarnya busana *vintage* merupakan sebutan bagi barang-barang yang berasal atau diproduksi berabad-abad lalu yang masih ada dan diperdagangkan kembali di tahun sekarang. Namun, bagi sebagian orang hal tersebut tidak menjadikan minatnya berkurang justru belakangan ini *trend* busana *vintage* kembali merambah khususnya dikalangan muda.

Berkaitan dengan hal di atas kemudian ditemukan beberapa faktor yang melatarbelakangi orang-orang tertarik terhadap *trend* busana *vintage*, yaitu Pertama busana *vintage* yang diketahui memiliki banyak corak, warna, hingga renda-renda yang menempel pada busananya menjadikan busana *vintage* memiliki nilai unik dan dianggap antkc oleh para konsumennya. Menurut pengamatan peneliti selama di lapangan, menggunakan busana *vintage* dapat mengasah tingkat kreatifitas penggunanya karena para pemakainya dapat bereksperimen dan berkreasi sesuka hati memadupadankan busana-busana *vintage* dengan aksesoris maupun potongan busana lain. Harga busana serta aksesoris-aksesoris *vintage* yang terbilang beragam mampu menjamah seluruh kantong konsumen dari seluruh kalangan masyarakat. Selain alasan harga juga ditemukan bahwa kuantitas dari barang *vintage* yang terbilang langka dengan kualitas yang masih sangat baik pun menjadi alasan dari banyak orang untuk ikut mencoba *trend* busana *vintage*. Penelitian ini juga menemukan bahwa busana *vintage* merupakan busana yang nyaman dan aman bagi para penggunanya. Sehingga, dalam hal ini, busana *vintage* dianggap membentuk identitas sendiri bagi para penggunanya yang membedakan penggemarnya dengan penggemar busana lain. Dari penelitian ini kemudian menjelaskan bahwa ornamen-ornamen seperti corak, warna, dan bahan dari busana *vintage* kemudian secara tidak langsung memberikan identitas sendiri yang akan membedakan busana *vintage* dengan busana lainnya.

Kedua, ditemukan bahwa *vintage* yang awal mulanya adalah sebuah kata yang mendefinisikan sebuah barang klasik lama semakin tahun semakin mengalami pergeseran

makna. Bagi Sebagian orang, *vintage* merupakan sebuah sebutan untuk suatu barang dan benda yang diperoleh dari berabad-abad lalu, namun bagi beberapa orang lainnya *vintage* merupakan sebutan bagi gaya busana seseorang. Kemudian, terdapat dua pengertian utama yang diamini oleh masyarakat mengenai busana *vintage*, yakni busana *vintage* otentik dan busana *vintage* yang sengaja di “*vintage*”kan oleh pihak-pihak tertentu. Sebagian besar produk busana *vintage* yang dipasarkan merupakan busana-busana milik orang lain kemudian dijual kembali karena sang pemilik sudah tidak menggunakannya lagi. Busana-busana tersebut tidak jarang merupakan busana keluaran perusahaan *fast fashion* dimana perusahaan *fast fashion* merupakan sebuah perusahaan yang menyediakan produk seperti pakaian hingga aksesoris sesuai musim dan priode waktu tertentu. Bagi Sebagian orang busana *vintage* yang dikeluarkan oleh brand-brand *fast fashion* bukanlah termasuk dan merupakan bagian dari *vintage*, namun sebagian orang lain tidak membedakan hal tersebut. Ketiga, ditemukan bahwa ternyata munculnya busana *vintage* merupakan sebuah gerakan perlawanan dimana *vintage fashion* merupakan reaksi dari kegiatan tidakbertanggung jawab yang dilakukan oleh proses penciptaan produk-produk *fast fashion*.

Menurut hasil penelitian juga ditemukan bahwa penilaian seseorang terhadap atribut dan busana yang dikenakan orang lain tidak bersifat mutlak. Artinya, penilaian tersebut dapat berbeda dan berubah tergantung siapa yang menilai dan siapa yang menggunakan. Hal ini didukung oleh kesaksian para informan penelitian, dimana setiap informan menerima respon dan penilaian berbeda dari lingkungannya meskipun mereka termasuk kedalam suatu komunitas sosial yang sama, yaitu penggemar busana *vintage*.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan saat ini peneliti merasa masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan, di antaranya adalah sulitnya menegosiasikan jadwal wawancara dengan informan baik secara daring maupun face to face dikarenakan pandemi COVID-19 dan kesibukan masing-masing daripada informan. Selain itu, kurangnya pengetahuan penulis mengenai komunitas pengguna *vintage* di lingkungan kampus Universitas Islam Indonesia sehingga penulis harus meminta rekomendasi dari para informan untuk menyarankan informan selanjutnya sebagai responden penelitian. Hal

lainnya adalah keterbatasan referensi mengenai penelitian serupa menjadikan peneliti harus memperpanjang waktu pengerjaan demi mengumpulkan lebih banyak data.

C. Saran

Niat dan tujuan setiap orang dalam menampilkan identitas masing-masing tentulah berbeda, namun begitu diharapkan agar setiap orang memilih dengan bijaksana busana dan penampilan yang hendak ditunjukkan kepada orang lain. Selain itu juga peneliti berharap agar setiap orang dapat mengekspresikan identitas dirinya sebaik mungkin namun harus tetap memperhatikan kesejahteraan lingkungan sekitar.

Kemudian bagi penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengkaji peranan busana *vintage* dalam bidang lainnya ataupun mempresentasikan penelitian mengenai busana *vintage* dengan cara yang berbeda sehingga dapat membentuk referensi pengetahuan yang kaya untuk penelitian serupa lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Barnard, Malcom. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta : Jalasutra, 2011

Chaney, David. *Lifestyle : Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta : Jalasutra, 2009

Hall, Stuart, dkk. *Questions of Cultural Identity*. London : Sage Publication Ltd, 1996

Jenss, Heike. *Fashioning Memory: Vintage Style and Youth Culture*. London : Bloomsbury, 2015

Rianto, Puji. Modul Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta : Komunikasi UII, 2020

Cassidy, Diane Tracy. (2012). *The Rise of Vintage Fashion and the Vintage Consumer. Fashion Practice*, Vol. 4 (2), Hal. 239-262. Diambil dari : (PDF) *The Rise of Vintage Fashion and the Vintage Consumer* (researchgate.net).

Fakhrunnisa, Mastura. (2016). Gaya Busana Sebagai Media Pembentukan Identitas Musik White Shoes and The Couples Company. *E-Journal Acta Diurna*, Vol. V, No. 1. Diambil dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/10934>

Firdaus, Ghani, dkk. (2016). *Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FKIP UNS*. Diambil dari: <https://media.neliti.com/media/publications/164864-ID-fashion-sebagai-komunikasi-identitas-sos.pdf>

Hamid U, Farid dan Zulfiana Oriza Nucifera. (2019). *The Vintage Lifestyle as a Group Identity (Study in Alferd Schutz Phenomenology on Indonesian Pinups Community. International Journal of English, Literature and Social Science (IJELS)*, Vol. 4 (4). Diambil dari : <http://journal-repository.com/index.php/ijels/article/view/139>

Hendariningrum, Retno dan Muhammad Edy Susilo. (2008). *Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Diambil Dari: <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/38>

Maria, Stefani Putri Rizky. (2012). *Pakaian Sebagai Komunikasi (Pemakaian Baju Bekas Impor Sebagai Media Untuk Mengkomunikasikan Identitas Sosial*. Universitas Kristen Satya Wacana Institutional Repository. Diambil dari: <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/2721>

Meraviglia, Laura. (2015). *From Fast Fashion to Fashion Vintage. International Fashion Conference*. Diambil dari: https://www.researchgate.net/publication/233526237_Hooked_on_Vintage

McColl, Julie., dkk. (2013). *It's Vintage Darling! An Exploration of Vintage Fashion Retailing. The Journal of The Textile Institute*, 104 (2), 140-150. Diambil dari: <https://static1.squarespace.com/static/56424ee3e4b0a60899291a2f/t/56537109e4b0d99427f977bd/1448309001458/Its+Vintage+Darling.pdf>

Muazimah, Ajriah dan Faisyal Rani. (2020). Pengaruh Dampak *Fast Fashion* Terhadap Budaya Konsumerisme dan Kerusakan Lingkungan di Indonesia. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 7 Edisi II. Diambil Dari: <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/28344>

- Nurdiani, Nina. (2014). Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *Binus Journal Publishing*. Diambil dari: <https://journal.binus.ac.id/index.php/comtech/article/view/2427>
- Reiley, Kathryn. (2005). *Hooked on Vintage. Fashion Theory The Journal of Dress Body & Culture*, Vol. 9 (1), Hal. 23-42. Diambil dari: https://www.researchgate.net/publication/233526237_Hooked_on_Vintage
- Rijali, Ahmad. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33). Diambil dari: <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/download/2374/1691>
- Saputro, Rivaldi L. (2018). *Thriftstore Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya)*. *AntroUnairdotNet*, Vol. VII No. 3. Diambil dari: <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-aun9086e6f6f7full.pdf>
- Trisnawati, Yulia Tri. (2011). *Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. THE MESSANGER*, Vol. III No. 1. Diambil dari: <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/268>
- Vanny, Mardalena, dkk. (2021). Fenomena Gaya Retro Dalam Fotografi di Era Modern (Studi Kasus : Kota Bandung). *E-Proceeding of Art & Design*, Vol. 8 No. 2 Diambil dari : <https://docplayer.info/213186855-Fenomena-gaya-retro-dalam-fotografi-di-era-modern-studi-kasus-kota-bandung.html>
- Arviana, Veronica. (2016). Sejarah *Fashion* Tahun 1940 – 1960. *Harpesbazaar*. <https://harpesbazaar.co.id/amp/articles/read/11/2016/3093/sejarah-fashion-tahun-1940-1960>
- Fashion Revolution. An Ethical Decision : Fast Fasgion vs. Vintage Fashion*. (2012). *Fashionrevolution.org*. <https://www.fashionrevolution.org/uk-blog/an-ethical-decision-fast-fashion-vs-vintage-fashion/>
- Fast Fashion : 3 in 10 Indonesians Have Thrown Away Clothing After Wearing it Just Once*. (2012). *YouGov*. <https://id.yougov.com/en-id/news/2017/12/06/fast-fashion/>
- Hollow, Michele C. (2021). *Used Clothing vs. Fast Fashion : Why Vintage is Always Greener*. <https://www.leafscore.com/eco-friendly-closet-products/used-clothing-is-more-sustainable-than-fast-fashion-heres-why/>
- Pengertian *Self Identity* dan Aspek-Aspek Identitas Diri Menurut Para Ahli. (2019). *Universitas psikologi*. <https://www.universitaspikologi.com/2019/11/pengertian-self-identity-dan-aspek-identitas-diri.html?m=1>



Lampiran

Transkrip Wawancara Skripsi

Narasumber 1

Nama : Nurul Ihza Syahrizal (Nurul)

Jurusan : Psikologi UII

Jenis Kelamin : Perempuan

WAWANCARA (17 Maret 2021)

Peneliti : Halo! Kita ngobrol-ngobrol biasa aja ya, sekalian kenalan, hehe. Kan cuma kenal dari Instagram ya?

Narasumber : Halo ... iya hehe

P : Boleh cerita dikit gak sekarang kamu kegiatannya apa, terus kaek jurusanannya apa, semester berapa gitu?

N : Oke .. hmm nama aku Maryam Nurul Ihza Syahrizal biasa dipanggil Maryam atau Nurul boleh. Aku sekarang kuliah di UII jurusan psikologi Angkatan 2017. Hmm kesibukan aku sekarang ini sedang menyusun skripsi sama sedang part time di sebuah brand clothing di Yogyakarta gitu.

P : Oh jadi kamu ... ini ya ... magang ya ini ceritanya?

N : Ooh hmm si sebenarnya part time biasa biasa aja.

P : Hmm gitu ... oke oke. Terus, kan menurut aku nih kamu tuh vintage banget kan.

Nah, boleh gak sih kamu certain ke aku awal mulanya kamu pakai pakaian yang kamu brandingkan sekarang ... itu gimana sih?

N : Maksudnya? dari mulai aku ber outfit seperti ini gitu ya? Berstyle seperti ini gitu ya?

Ohh iyaa. Sebenarnya aku tuh dari SMA tuh emang udah tertarik sama yang kek gini

Cuma aku belum berani ... nyoba gitu sih karena apayaa ... circle aku sih ... jadi kayak circle pertemanan aku itu gak ada yang pake baju kek gitu, jadi aku belum pede banget.

Belum pede banget terus sampe akhirnya kan aku masuk kuliah nih, itu selama kuliah itu

aku masih pakek eee pakaian yang jauh dari style aku yang sekarang ini dan aku jujur

banget aku itu gak nyaman sama style yang aku semester satu. Terus aku baru .. baru

mm melakukan apa Namanya ... ngetrift itu pas semester berapa ya ... semester 3 kalau

gaksalah. Iya ... itu sebenarnya aku pas SMP itu aku dah pernah ngetrift Cuma aku tuh

belum ... belum kenal kalo ini tuh ngethrift gitu jadi aku tuh dulu Cuma oh apa nih

pakaian-pakaian bekas, lucu... Aku beli pas SMP. Nah, aku lanjutin lagi pas semester 3

itu baru minat banget yang beneran ngethrift gitu loh. Dan aku inget banget dulu aku

sempet beli sweater yaallah dari Disneyland Tokyo lucu banget pas SMP itu. Kek aku

jadi yaampun kek bisa gak ya nemu .. barang yang item-item yang vintage terus yang ...

rare kek gitu lagi gitu. Dan ternyata hal-hal kek gitu tuh emang adanya di kegiatan ngethrift gitu.

P : nah terus, tadi kamu bilang kan kamu belum pede waktu SMP, kamu udah suka dari SMP tapi kamu belum pede. Nah, apa akhirnya yang bikin kamu udah deh mulai lagi gitu?

N : hmm itu sebenarnya eee gimana yak arena mungkin ... karena emang tiba-tiba di 2000 berapa ya 2019an gitu style yang oversized, baggy, itu kan lagi jaman banget dan lagi ngetrend banget di tahun itu. Jadi aku kek oh kesempatan nih aku bisa nyoba yang style dari dulu yang aku pengen nyoba. Yauda aku coba dan ternyata eee aku jauh lebih nyaman dengan berpakaian seperti itu dibanding pakaian ku di hari-hari sebelumnya. Gitu.

P : hmm terus kalua alasannya sendiri ... kenapa kamu lebih milih pakaian-pakaian vintage atau pakaian-pakaian yang di thrift dari pada pakaian yang kaya orang-orang biasanya aja gitu?

N : hmm yang baru gitu ya? Ohh menurutku ... ini ada dari segi aku pribadi dan dari segi lain-lain yah. Jadi, kalo dari aku pribadi aku emang suka yang pertama itu kan kaya desainnya itu kan unikkan ... emang Cuma ada satu gitu loh. Jadi kalo aku punya sweater ini dari nge thrift ya gak bakal nemu lagi yang kaya gitu kan itu kan pakian bekas ya? Terus kadang aku juga nemu pakaian ... apa ... merk ... oh pakaian ber merk dan dengan harga murah jadi kayak emm why not gitu loh dan dengan kondisi yang masih bagus gitu loh rata-rata. Tapi ... yaaa hoki-hokian juga sih kita ininya ... pas lagi nyarinya gitu. Cumaaa harus sabar. Nah, terus segi lainnya itu aaa menurut aku dengan kita ngethrift kita juga bisa mengurangi limbah fashion. Kan yang kita tau tu kan emm bumi makin ini terpuruk gitu mulai dari segi emm lingkungannya, alamnya kan jadi dari pada kita nambah-nambahin limbah, mending kita belii ee apa kurangi limbah fashion aja gitu dengan ngethrift

P : iya bener bener, apalagi masih bagus gitu kan?

N : yes ...

P : nah, kalau misalnya ... biasanya kamu tuh lihat dan mencari serta membeli pakaian-pakaian vintage tuh dimana? Pakaian yang kamu pake itu

N : eee kalua liat mungkin ee terinspirasi gitu sih, misalnya ada orang pake jaket jeans , oh bagus, tapi aku juga ngeliat, oh dia pake jaket jeansnya bagus karena dia model jaket jeansnya itu baggy atau oversized bukan yang emm slim fit gitu jadi .. oh berarti gua harus beli jaket jeans yang baggy atau oversized gitu. Nah terus habis itu belinya dimana nihhh gitu, kebetulan aku emang suka follow-follow online thrift shop gitu di Instagram. Apalagi lagi masa pandemic gak bisa kan kita ngethrift langsung gitu. Nah ituuuu aku emang suka nyari-nyari sendiri aja sih emang aku enjoy aja gituu nge scroll-scroll gitu. Gituuu terus kadang ada influencer gitu yang dia ngetag dia ngethrift dimana, yauda aku cari disitu. Barangkali si thrift shop itu ada jual barang yang sama eh yang mirip dengan model yang mirip dan cuttingan yang mirip gitu.

P : yang kamu pengen gitu ya? Nah, kalau misalnya untuk harganya sendiri biasanya yang kamu tau untuk barang-barang segitu tuh rangnya tu berapa sih? Dan dari range itu kira-kira yang masuk budget kamu buat beli pakaian tuh berapa?

N : okey .. eee sebenarnya kan misal itemnya kaos gitu kan soalnya beda item beda harga gitu. Misal kaos deh, kalo kaos yang brand-brand nike, adidas pokoknya yang brand-brand terkenal itu dia biasanya mahal, tapi tergantung juga sama kondisinya. Misal dia keluaran tahun 1970 itu pasti mahal banget.

P : berarti makin lama makin mahal ya?

N : iya, dia tuh makin vintage pasti makin mahal. Justru kalau dia Cuma keluaran 2008 ya dia paling harganya Cuma 80 ribu gitu. Tapi kalo dia keluaran 19an gitu dia bisa sampe 300 ribuan gitu hehe. Kalo budget aku sendiri sih mungkin untuk kaos itu Cuma sampe 200 ribu tapi kalo untuk sweater, jaket itu aku bisa sampe 350an gitu karena emang worth it gitu sih dari kondisinya sendiri gituu.

P : oh gitu, nah untuk pemilihan yang kamu bilang “worth it” itu apasih faktor yang akhirnya kamu mikir keknya ini worth to buy deh, yang akhirnya buat kamu milih beli ini?

N : eee sebenarnya tergantung dari kondisi barangnya dulu ya yang pertama. Kan Namanya juga barang thrift, barang vintage itu pasti dia memiliki kekurangan misal dia sweater, pasti dia ada eee noda atau ada warna yang pudar dibagian tertentu nahhh aku tuh liat dulu dia kenapa harganya mahal, misalkan harganya 350, nah kenapa bisa harganya mahal ya? Terus aku check di fotonya, di detail fotonya. Oh ternyata dia

emang warnanya masih rata gitu. Terus diaa graphic nya itu bordiran bukan sablon, nah itu pasti lebih mahal dan itu menurut aku worth it karena itu tuh di jalam sekarang jarang banget sweater yang graphicnya di border gitu. Terus misal dia tuh dari brand terkenal yang aku suka misal warnerbros atau looneytoons nah itu kan vintage gitu loh kek lucu banget juga kan desainnya jadi menurutku itu worth it gitu.

P : iya sih bener, pakaian yang kayak Disney-disney gitu apalagi desain lama tuh lucu banget

N : iyaaa kek gitu tuh lucu banget

P : nah, kalo ngomongin soal jenis pakaian, jenis pakian kek gimana sih yang kamu suka? Dari tahun berapa kira-kira, atau asalnya dari mana. Kan vintage tuh banyak ya ada vintage ala Indonesia ada vintage ala eropa.

N : iya, hmm akuu ... aku pribadi ya sukanya vintage kaya lebih keee amerika gitu sih soalnya kaya kondisinya masih bagus dan rata-rata graphic nya keren banget gitu sih.

P : ooh itu alasan kamu kenapa kamu suka model eropa? Nah kalau misalnya tahun, kamu punya standart tahun keluaran baju gitu gak sih?

N : hmm kalau aku pribadi gak ada sih, kalau keluaran tahun berapa. Aku lebih suka eh lebih matok ke si graphicnya sama ke cuttingannya sama warnanya sih sama kondisinya.

P : kalau untuk ... tadi kan kita ngomongin jenis, kalau untuk model bajunya kamu tuh suka yang gimana? Apakah yang kerahnya besar, atau yang oversized atau pakai jas mungkin atau mungkin bordiran dan motif kek apa?

N : aku pribadi Sukanya yanggg kerahnya tuh gak lebar-lebar banget ya, jadikan kan aku pake kerudung ya jadi kalau kelebaran ya susah dong aku pakenya jadi ya tar keliatan. Trus kek misal yang crewneck atau yang turtle neck kek sweater turtle neck gitu aku suka karena kita gakperlu pakee apa, manset lagi kan? Terus hmm aku juga suka kemeja flannel karena dia gampang banget di mix and matchnya sama yang oversized-oversized.

P : kalau dari Instagram kan emang dilihat kamu suka pake crewneck, kemeja, sweater gitu kan. Kenapa akhirnya kamu memilih itu? Soalnya kan banyak item lain kek blazer atau kaos dan kemeja yang motif tapi motifnya masih bisa gampang di mix and match gitu?

N : hm mungkin kalo menurut aku blazer yaa blazer tuh emang keren kek oh dipake keren Cuma aku juga nyesuain sama eem intensitas aku bakal pake apa gak gitu. Karena aku pribadi kan sehari-hari ke store, ke offline store gini kan ... kalau aku pake baju blazer kek menurut aku terlalu formal aja gitu ... jadi kek menurut aku kurang cocok aja gitu. Eem mungkin aku kalo kondangan baru aku bisa pakai blazer gitu.

P : seberapa sering kamu membranding dirimu dan seberapa sering intensitas kamu pakai baju vintage didalam keseharianmu? Apa dari baju kamu tidur sampe baju kamu mau tidur besok harinya semua item vintage atau gimana? Atau kamu pake emang untuk konten aja

N : kalo soal vintage yaaa kan kadang aku juga suka nge thrift kaos-kaos vintage ya. Nah kadang si kaosnya itu aku pake tidur. Jadi diii sehari-hari dikamar juga aku pake kaos itu gitu.

P : berarti kamu memang sering dan menjadi rutinitas ya pakai vintage?

N : iyaa

P : nah, kan kamu pasti punya strandart vintage sendiri kan kategori pakaian vintage yang akan kamu pake tu gimana sih?

N : kategori gimana maksudnya?

P : modelnya, bahannya, cuttingannya, mofitnya gitu deh

N : kalo menurut aku dari ini ya yang pertama dari warnanya. Karena menurut aku warna-warna pakian vintage itu kaya khas aja gitu. Oh dia pasti vintage kek ketauan aja gitu. Terus modelnya, karena model-model vintage tuh biasa cenderung kaya yaa tergantung juga sih stylenya ada yang loose ada yang dia disininya ngebalon gitu, atau dia ininya apa bolong apa gimana git uterus rata-rata sih untuk bahannya itu kalo kemeja dia biasanya kaya ke lebih ke bahan yang licin gitu loh. Terus warna-warnanya juga kaya lebih ke earth tone gitu tapi juga ada yang gak menutup kemungkinan ada juga warnanya yang diluar itu gitu. Tapi kek keliatan aja gitu itu tuh vintage. Terus cancingnya! Yaampun kancing baju itu gak bisa boong kalau itu vintage gitu

P : ohh okeoke, kamu kan bilang warn aitu tadi kek keliatan gitu kan? Nah bisa gak sih kamu describein warna dan bentuk kancing gimana yang menurut kamu wah itu vintage banget

N : hmm dari kancing dulu ya? Jadi menurut aku kancing yang vintage itu kaya kancing yang udah gabisa ditemui lagi di tukang-tukang jait. Nah itu tuh kancingnya yang kaya agak ... agak istimewa aja gitu ntah itu ada ... ada apa ... renda-rendanya lagi pinggirnya, tengahnya kek ada gambar bulannya, pokoknya kek unik banget, unik banget gitu. Terus kadang ada campuran warna gliternya atau apa gitu tuh kan bisa ditemuin dimana? Gitu. Itu sih. Terusss tadi apalagi satunya?

P : warnanya itu

N : eeh kan kaya vintage itu kan banyak ya ada 1970an, 1980an, 1990, itu per ... per decade itu kan dia biasanya beda-beda kan trend nya? Jadi misal ada dari trend taun eh decade segini itutuh dia warnanya lebih ke yang ... pop up gitu dia kaya merah, ijo, kuning, pink, ungu. Ijo nya tuh yang neon gitu. Ada juga trend yang kek decade segini yang dia tuh yang dia lebih kek warnanya kek ke army coklatan kek olive warnanya lebih ke cream yang agak deep kek gitu. Itu sih kek ... keliatan aja.

P : oh okeoke. Nah kalau tujuan kamu pakai pakaian vintage tu buat apa sih? Karna kan pasti org-orang tiap menggunakan apapun atau melakukan apapun punya tujuan dong. Ada yang Cuma buat konten atau branding gitu gitu

N : akuu mm btw aku pakai pakaian vintage itu juga yang model tertentu ya. Ya itu karna menurut aku ya ternyata pakai pakaian vintage itu lebih nyaman gitu sih ... karna kan pakaian vintage itu bekas kan, bekas dipakai orang. Dan malah kadang baju bekas itu lebih nyaman dari pada baju baru. Kaya pasti kita semua punya satu baju yang emang udah kek kondisinya jelek banget Cuma kan itu nyaman banget. Nah kek gitu. Kek lebih nyaman aja gitu. Terus modelnya sih tadi kek aku bilang kek Cuma ada satu dan itu aku pribadi emang diluar dugaan emang suka banget sama modelnya, gitu.

P : eeh tadi kamu sempet nyinggung kamu bilang kamu pakai model pakaian tertentu? Model pakaian vintage seperti apa yang kamu hindari?

N : yang kurang diminati gitu ya? Eee misal celana ya. Aku sih pribadi kurang suka celana yang model flare, atau kaya cutbray gitu, karena itu bikin pendek hahaha aku pendek. Dah kek ku mau menghindari aja. Kan kita mmm ingin keliatan sebaik mungkin kan kalo emang sehari-hari gitu. Kek mau aku mau dandan juga buat diri sendiri gak buat orang lain doang. Nah ya aku maunya keliatan tinggi nah aku gak suka flare pants atau cutbray pants karena itu bikin aku pendek dan modelnya aku juga kurang suka gitu.

Terus untuk atasan gitu, misal kan lagi jaman tuh style style yang y2k yang kek atasannya tuh ngetat banget kek baby vest gitu baby tees, nah aku gak suka karena itu nyemplak dan aku gak nyaman buat aku gitu

P : nah kalo pandangan ... perasaan kamu tentang pakaian yang kamu pakai itu gimana?

N : aku merasa senang hehehe itu kaya eem mood booster aku juga sih kalo misalkan aku berpakaian dengan bagus hari itu yaa mood aku hari itu akan bagus gitu. Dan aku eem merasa ini adalah aku, gitu yang kemaren-kemaren bukan aku gitu hahaha

P : kamu nyaman dengan pakaianmu ya

N : yes, betul

P : nah itu kan tadi pendapat kamu tentang diri kamu ya. Kalau orang lain sekitar kamu gimana sih ke kamu yang kamu rasain?

N : hmm aku sih ngeliatnya temen-temen aku tuh pada memuji ya mungkin, aku juga gatau sih cara ngomongnya, pokoknya dia ... mereka tu kek yang eee yaa gitu deh, terus ada juga yang minta aku styling gitu kaya yang rul kalo celana gini mendingannya dipakenya sama apay a kek gitu. kek gak gak sedikit yang nanya aku kek gitu. Kek mereka mempercayakan style nya ke aku gitu. Terus ada juga yang kek ih beli dimana .. ini beli dimana ... gitu kaya gak jarang yang nanya kek gitu. Jadi kek aku merasa cukup terapresiasi gitu.

P : berarti intinya kamu merasa diterima ya di lingkunganmu dan orang-orang senang melihat kamu ya? Tapi pernah gak sih kamu ada dititik dimana kek kok keknya mereka gak seneng ya sama penampilanku sekarang, kek orang-orang ngerasa kamu aneh gitu. Apalagi tadi kamu bilang dulu SMP kamu gak gitu kan? Gimana kamu nanggepinnya?

N : sebenarnya mmm lebih ke insecure sih kek aku kek aduh mereka bosan gak ya liat aku yang seperti ini atau kek mereka gimana gimana gimana tapi mmm ada satu temen SMP ku sama temen SD sama temen SMA jadi kek ada beberapa orang dari berbagai latar belakang itu mmm ada kek beberapa kali sih kek ih bagus banget rul eee sering-sering ya foto kek gitu jadi aku kek suka foto ootd gitu kan bikin konten di Instagram story nah itu kadang-kadang yaa itu kek mana nih gue nungguin gitu. Yaaa aku pribadi sih belum merasa seperti itu (dapat cemooh atau feedback negative) Cuma sekedar insecure lewat doang gitu si kek mereka bosan gak sih kek gitu.

P : nah terus dengan pujian, pujian lah ya kita bilangnya itu tanggapan dan respon kamu ke mereka itu gimana sih?

N : eee aku menghargai banget sih pastinya kek makasih banget eee udah mengapresiasi kek makasih udah nungguin. Kek iya ntar aku bikin ya, kek yaa banyak- banyak berterimakasih sih sama aku jadi ... jadi bertekat harus konsisten gitu kek biar gak ngecewain.

P : berarti secara gak langsung pendapat mereka mempengaruhi kegiatanmu berpakaian ya? Buat konten dan jadi konsisten posting

N : iyaa hehe

P : Gimana sih biasanya orang-orang menilai kamu berdasarkan pakaian kamu? (seperti terlihat dewasa, periang, misterius, dll)?

N : Eee menurut aku orang-orang disekitar aku menilai aku berdasarkan pakaian aku tuh sebagai orang yang eee mungkin periang ya, karena aaa tapia da juga yang menilai aku sebagai orang yang maksulin banget kek lebi ke cowok gitu loh. Karena aku pribadi juga kurang suka pakaian yang feminism, misal mmm rok atau pakaian yang berenda gitu. Jadi aku pribadi juga sebenarnya memilih pakaian itu yang agak lebih ke cowok-cowokan gitu, jadi orang-orang nge ... menilai aku sebagai orang yang tomboy. Nah, buat sisi periangnya itu mungkin karena eee akuuu ada beberapa pakaian yang emang warna-warni gitu loh. Yang bener-bener warnanya tuh warna yang fun gitu loh, bukan yang ... apa ... monochrome yang item outih gitu tapi ada juga saat ada juga kalanya dimana aku pake pakaian yang item putih dan disitulan aku dinilai sebagai orang yang eee tomboy, gitu.

P : nah dari penilaian itu, menurut kamu bener gak sih penilaian mereka merepresentasikan sifatmu?

N : menurut aku pribadi sih sesuai ya. Karena eee aku merasa eee sudah menjadi ... apa ya ... aku nih emang orang yang cenderung periang sih. Tapi gak menutup kemungkinan juga aku pernah gak pernah gakjadi orang periang juga, cuma aku 90% keseharian aku tuh adalah orang yang periang seperti itu. Terus aku juga merasa aku ini orang yang tomboy karena aku kan tadi bilang ya aku gak suka pakian-pakaian yang rkecewek-cewekan gitu kan, yang berenda atau yang eee apa ... yang tank top gitu di dobel pake manset gitu aku gak suka. Jadi aku pribadi emang selernya emang agak tomboy gitu,

jadi menurut aku sesuai. Kek misalkan ada pakaian-pakaian vintage yang agak feminis dan ada yang agak maskulin gitu kan? Nah aku pribadi selera pakaian tu yang emang lebih ke arah maskulin gitu loh. Kan misal ada eee item vintage yang feminis itu misal kek emmm rok, midi skirt gitu atau eee apa sih Namanya tuh? Kek korset gitu-gitu, nah aku pribadi kurang suka untuk pakaian seperti itu. Cuma untuk item vintage yang lebih ke arah maskulin aku suka. contohnya kek crewneck, kemeja flannel atau eee jaket Harrington gitu-gitu, nah itu aku suka. yang mana item-item tadi itu kan lebih sering dipake sama cowok jadi lebih ke arah maskulin, gitu.

P : Seberapa penting sih penampilan bagimu? Kenapa?

N : menurut aku penampilan itu adalah hal yang sangat penting. Penting banget, penting banget sumpah. Kenapa ya? Soalnya, soalnya ... aku ini kan shop keeper, jadi dituntut untuk selalu melayani orang dan ketemu orang setiap hari, jadi kan eeee yang harus ditampilkan bukan cuma jasa aku aja gitu loh. Aku juga harus berpenampilan baik, biar orang juga yang datang ke tempat aku kerja juga jadi nyaman, jadi senang, jadi tertarik untuk dating dan membeli gitu. Terus itu juga menurut aku penampilan juga eee mencerminkan kepribadian kita gitu loh, jadi misal eh jadi orang juga bisa ngebaca apa yang ada didiri kita dari penampilan kita, gitu. Terus ... penampilan itu juga eee aku pribadi ngerasa eee orang jadi percaya sama aku soal *fashion* karena penampilan aku ini meyakinkan gitu.

P : Gimana cara kamu membedakan pakaian vintage dan bukan vintage yang beredar di offline/online store sekarang?

N : cara membedakannya ... itu sebenarnya kalau online atau offline store yang thrift itu kan suka kasih caption gitu loh “vintage ini” “vintage itu” kek “vintage Warner Bros tee keluaran tahun 1975” nah itu ntar ada fotonya tuh, mereka kek ngefoto details si barangnya itu. Terus emang barang-barang vintage itu biasanya dia ada ... adaaa ininya ... apasi kek ... tahunnya. Emang ada tahunnya, ntah itu di tag belakang bajunya, ntah itu dideket sablonnya, gitu. Ntah ntar kek ada tahun 1998 itu ntar emang berarti dibikin tahun segitu dan biasanya juga kondisinya emang sinkron gitu. Kek ada yang pudar atau emang itu terlihat vintage dari bahannya atau dari cuttingannya emang keliatan vintage. Nah tapi juga ada yang emang dipalsuin vintagenya, kek misal itu tuh emang desain emang desainnya vintage, Nike atau apa yang kek gitu-gitu vintage tapis ama

orangnya sengaja di boardir sendiri nah itu tuh keliatan aja gitu kek misalnya kondisinya masih baru atau juga dan biasanya si tag bajunya tuh sama si sablonan depannya sama boardiran depannya matching, ya berarti itu palsu vintage. Nah, terus biasanya pakaian ori vintage tuh harganya rada lebih mahal dengan merk-merk terkenal ya kek Niki, Puma sedangkan yang fake itu lebih murah. Oh sama apa ya samaa jumlahnya. Kan kalau pakaian vintage tuh rare banget ya, jarang banget ada pakaian vintage yang itemnya tuh banyak. Paling-paling ya thriftshop tu paling banyak punya 2 itu pun jarang banget kan. Nah, kalau ada banyak berarti tidak ori vintage, gitu.

P : nah, ngomongin soal fake dan ori tadi nih, Apakah pakaian dengan karakteristik yang "divintage" kan yang baru dikeluarkan oleh toko-toko atau desainer sekarang dapat dikatakan vintage? Kenapa?

N : eee menurut aku, pakaian yang berdesain vintage padahal baru, bukan ... bukan ini bukan tergolong pakaian vintage, malah jadinya fake gitu. Fake vintage. Terus eee kenapa? Alasannya kenapa? Karena yaaa dia ingin membuat kesan vintage padahal nggak vintage, padahal vintage itu sendiri adalah sebuah kondisi barang yang emang sudah lama, yang emang sudah berasal dari jaman dulu, jadikan kalau emang bentuknya vintage tapi kondisinya gak vintage ya berarti bukan vintage, gitu loh.

P : nah, berdasarkan jawaban kamu tadi Apakah kamu mau membeli dan menggunakan pakaian fake itu? Kenapa?

N : aku pribadi eee tidak menggunakan pakaian yang eh sebentar aku inget dulu ... hmm ya udah inget, jadi aku pribadi gak pake pakaian yang eee yang fake vintage gitu setelah tadi udah aku inget-inget dan ya memang gak ada, gitu. Karena apa yaaa karena yaa males aja bawaanya kek lagi pake baju KW gitu rasanya, menurut aku. Karena kalau aku membeli pakaian yang fake vintage sama aja kalo aku pake barang palsu, ya kek tadi.

P : okeoke, menurut kamu, ada gak sih perbedaan pandangan terhadap orang-orang dengan pakaian vintage murah dengan vintage branded?

N : aku pribadi gak mandang, gak ada perbedaan pandangan sih terhadap orang-orang yang pakaian vintagenya yang murah sama yang branded gitu, Cuma paling eee apa yaaa paling pakaian vintage yang branded gitu cuttingannya rata-rata lebih bagus gitu dan karena mereka emang berended dan kualitasnya lebih bagus gitu. Cuma aku pribadi memandang yang apa orang-orang yang pake pakaian vintage itu gak sesu ... gak dari

brandnya, gitu. Karena menurut aku brand itu gak terlalu penting dalam penggunaan pakaian-pakaian vintage. Gitu. Yang penting sih lebih ke cuttingannya sama warnanya ya pokoknya selernya deh gitu. Aku sih lebih ke selernya sih dari pada brandnya.

P : pertanyaan terakhir yaa nurul gimanasih pandanganmu ke orang-orang sesama pengguna pakaian vintage?

N : menurut aku sih orang-orang yang pake vintage tuh hmm keren karena eee disamping emang taste mereka itu keren karena menurut aku juga keren gitu pakaian vintage, jadi otomatis yaaa orang yang pake vintage itu keren. Mmmm disamping tastenya keren, itu juga emmm keren secara ini mereka tu dengan mereka membeli dan pakai vintage mereka juga merecycle baju bekas kan? Itu adalah hal yang keren. Jadi mereka mengurangi limbah fashion, gitu. Jadi keren secara look dan secara itu nya, itu nya tuh yaa itu kegiatannya itulah hahaha.

Narasumber 2

Nama : Suci Aninda (Ninda)

Jurusan : Ilmu Komunikasi UII

Jenis Kelamin : Perempuan

WAWANCARA (23 Maret 2021)

Pewawancara : halo, Ninda!

Narasumber : halo, Alysa!

P : kita mulai dari perkenalan dulu kali ya? Boleh dong ceritain sekarang kamu kesibukannya apa, kuliah dimana, semester berapa

N : yaa, nama saya Suci Aninda Ramadhania ya, biasa dipanggil Ninda, eee umur saya 21 tahun, sekarang ... sama kek mba Alysa lagi sibuk skripsian aja. Oh iya sekarang saya adalah mahasiswa uii prodi ilmu komunikasi ee lagi semester 8

P : okey, kalo aku lihat nih y a mba Ninda n ikan fashionable banget ya. Nah kalo menurutku nih fashionnya kamu itu mengarah-mengarah ke vintage retro gitu.

N : iya betul

P : nah, boleh gak sih kamu jelasin awal mulanya kamu suka sama eee style vintage kek sekarang?

N : kalo awal mula sebenarnya eee awal kuliah itu ceritanya aku masih kek yang gimana ya istilahnya mencari jati diri lah. Kek gitu kan. Masih yang ... yaudah bajunya eee apa yang nyaman dipake, apa yang nyaman dipake. Cuma dari situ ee orang banyak kek ngerekomendasiin gitu kek eee kok bisa ya kaya ee mix and match gini-gini, bagus apa gak ya segala macem. Terus habis itu semenjak semester ... berapa ya? Semester 3 mungkin. Semester 3 tuh aku mulai yang kaya ... disitu juga mulai lagi naik-naiknya eee orang eee kaya ... apa sih namanya style vintage sama retro tuh naik lagi lah gitu istilahnya. Maksudnya come back lah gitu. 80's,90's gitu. Terus habis itu ee aku emang udah tertarik nih sama itu tuh aku suka gitu. Terus yaudah dari situ nyari inspirasi diinstagram, pintrest kek gitu kan, baru lah sampe akhirnya aku ketemu dimana istilahnya titik nyamannya dalam berpakaian gitu. Nah setelah itu baru eksperimenlah nyari-nyari baju gitu kan. Dari mulai main warna terus main tekstur baju apa segala macem. Karna dulu memang kalo untuk warna aku tuh belum yang seberani itu. Nah itu aku baru belajar Ketika pengen berganti nih style aku dari yang lama ke style yang baru.

P : dari banyaknya fashion di dunia ini, kenapa akhirnya kamu ini milih vintage sih? Alasannya tuh apa?

N : kalo aku pertamanya sih ee pokoknya tuh aku sering kek ngomong gitu kan ke ibu aku kaya "ih pengen deh rasanya hidup di jaman ibu" karna eee kek everybody tuh don't judges everybody else gitu loh. Even mereka pake baju se abstrak apapun dan se funky apapun gitu. Terus juga kalo diliat dari estetikanya tuh aku juga ngerasa eee fashion style vintage atau retro nih kek fit into my personality gitu disbanding yang lain lain. Kek aku aja ngerasa eee padahal juga dulu aku pake baju yang kaya eee as a normal hijabi lah gitu, eee aku gak bilang itu gak cocok di aku tapi aku lebih nyaman ke eee style aku yang sekarang. Lebih ke retro sama vintage. Kek yang sekarang bahkan aku kek untuk make misalnya kek gamis atau kulot kek dulu aja tuh kadang masih mikir, awkward. Kadang kek " ih kok gak aku" gitu. Itu aja sih sebenarnya.

P : ooh. Nah tadi kamu bilang kan kalo misalnya retro dan vintage itu lebih fit your personality. Nah bisa gak kamu describe emang gimana sih sebenarnya your personality based on your style sekarang?

N : kalo menurut aku apa ya ... yang penting itu senang sama yang aku pake gitu kan. Tapi sebenarnya sih kalo dibilang aku tuh anak yang cheerful as in aku memakai baju

colors, rainbow or something tuh yaa ngga juga tapi kalo diliat tuh orang bisa kek ni ninda nih gitu loh. Kalo dibilang sih personality aku gimana ya ... hahaha eee tar mikir dulu, sebenarnya gak gimana-gimana eee tapi tu eee yaudah vibesnya tuh dapet aja gitu kak hehe.

P : ninda banget gitu ya hahaha. Nah kalo urusan ... dimana sih biasanya kamu lihat atau cari dan beli pakaian vintage itu?

N : kalo aku dimana aja sih. Selagi aku suka dan nyaman dan harganya cocok tuh aku langsung gas beli tanpa mikir. Kek mau di mall, mau di thrift store, mau di online shop, mau di shopee, pokonya dimana aja deh. Dan aku juga tu kalau misalnya pengen ee apa Namanya pengen make baju gitu, misalnya aku bosan nih aku pengen kek cari-cari baju lain tuh biasanya aku bikin kek istilahnya main maps gitu loh dikepala aku kek “next aku pengen pake baju yang kek mana ya?” atau “aku punya ini gak ya? Punya itu gak ya?” kalau misalnya gak punya atau gak aku bawa kesini gitu biasanya aku pengen beli gitu lah. Terus aku beli, misalnya eee apaa vest misalnya rompi cardigan gitu misalnya di shopee. Terus kek misalnya ini “aduh bagus ya keknya bawahannya apa ya?” gitu kan. Misalnya di dalem kepalaku tuh aku dah mikir “oh iya bawahnya bagusnya misalnya corduroy” gitu. Terus nanti aku biasanya eee kalau di Instagram itu aku banyak ngefollow thrift store gitu soalnya mereka juga banyak kek deals yang lucu-lucu gitu. Misalnya 120 dapet dua apa segala macam gitu dan kalo aku liat cocok dengan outfit yang aku bayangin dipikiran aku, terus aku bakal langsung beli kek gitu. Jadi dimana aja sih gak mandang tempat, yang penting aku ngerasa cocok.

P : ooh berarti intinya kalau kamu suka kamu akan beli gitu ya?

N : iya.

P : nah, kalo ngomongin harga nih, biasanya budget kamu itu berapa ya? Dan yang kamu tau biasanya pakaian vintage itu berapa sih kisarannya di pasaran?

N : kalau untuk kisaran aku biasanya di under 200 ribu. Kalau ... keknya sejauh ini eee baju eh thrift finds aku itu yang paling mahal keknya celana deh. Itu tuh berapa ya ... 120 apa 100 ... pokoknya di atas 100 dibawah 150 ribu. Itu yang paling mahal kalau gak salahku. Terus, eee kalau untuk budgetnya sendiri .. ya iti dibawah 200 ribu. Terusss kalau untuk kira-kira berapa variasi ya, kalau aku liat dari toko-toko yang aku follow ataupun offline store yang aku lihat itu tergantung merk dan juga eee quality dari

bajunya sendiri karna kan thrift store disini kan udah second hand kan? Jadi kalau dilihat dari kualitasnya masih bagus kek misalnya anggap lah merknya puma gitu kan bajunya, tuh biasanya orang masih kadang yang jual tuh masih matokin budgetnya 200 ke atas bahkan 300 keatas kek gitu ... kadang masih kadang gak masuk akal ajasih Cuma kalau misalnya ketemu itu dan orangnya juga cocok kek misalnya dia udah nyari style kek gitu udah lama dan ternyata dapet yang harganya segitu mungkin dia akan beli, tapi kalo aku sih mikir lagi gitu. Kek maksudnya kek secara logika ini second hand gitu untuk kita beli sampe budget yang segitu itu kan keknya saying mending kita beli yang baru kek gitu dengan harga yang either sama atau di bawah kek gitu, jadi kalau menurut aku gitu. Masih banyak sih thrift store yang matokin harga 200, 300 malah dengan merk dan kualitas yang masih bagus gitu.

P : ooh gitu, nah kalo bicara soal faktor, biasanya faktor apa sih yang mendasari kamu memilih dan membeli sebuah pakaian vintage?

N : kalo faktor pertama pastinya dari inspirasi, inspirasi bisa dari mana aja ... dari either artis, dari influencer-influencer di instagram atau bahkan orang yang aku lihat gitu lah, orang awam gitu. Terus eee apa lagi ya ... oh iya sebenarnya motivasi dari diri aku sendiri juga sih karna aku pengen coba-coba eee baju yang lain gitu disbanding yang aku punya. Kadang eee bukannya gimana, jujur kadang misalnya kalau aku pake baju yang itu-itu terus aku juga yang kek ngerasa “kok baju aku ini-ini aja? Bosen” gitu, yaa kan jatohnya boros ya tapi aku tuh gak bisa gitu. Pasti punya ... selalu punya ide atau pemikiran yang kek “apa lagi nih yang bisa ku cari, apa lagi nih yang bisa di mix and match” kek gitu. Paling itu sih, terus eee terus faktor yang lain juga mungkin karna diracunin oleh teman-teman saya gitu kan, digoda-goda untuk membeli “yok beli ini yok nin, murah” apa segala macam atau eee adik dan kakak saya sendiri suka meracuni dan ibu saya sendiri. Yaudah, jadi kek yaudah deh kalo lagi teracuni ya beli tapi kalo ngga ya kadang mikir juga gitu.

P : nah, kalau untuk jenis pakaian vintage yang biasa kamu pake itu yang gimana sih? Maksudnya kan pakaian vintage itu kan jenisnya banyak ya ada tahun 90-an, 80-an, ada yang ala-ala eropa, asia, macem-macem. Nah, kalau kamu lebih prefer ke mana nih?

N : kalau prefer kemana sih sebenarnya aku spesifiknya gak ada. Kalo either 90's, 80's kalau misalnya aku find its interesting aku biasanya pake gitu kan. Misalnya kek cut bray, cut bray tu 70-an ya apa 80-an?

P : iya 70-an, 80-an

N : iya gak sih? Nah, cut bray tu aku suka pake terus kalo misalnya ... apa sih kek vest gitu kan. Kalo vest mungkin lebih ke 90 sampai 2000-an. Terus eee apa Namanya ... kemeja corak-corak kek gitu. Jadi aku sebenarnya gak ada preferensi lebih kemana lebih kemana sih, kalau aku liat itu kek "ih cocok nih" "ih lucu nih" yaudah aku pake.

P : berarti balik ke intrest tadi ya? Kalo senang ya pakai kalo ngga ya ngga ya. Kalau modelnya sendiri gimana? Kamu senang dengan model yang gimana sih?

N : model dalam artian gimana nih?

P : model pakaiannya. Apakah yang kek tadi cut bray atau motif rame atau lebih kek yang vintage girly yang dress-dress renda-renda gitu loh.

N : ohh ya ya yang kek denim skirt apa gimana gitu ya? Hm kalo aku sih prefernya lebih ke high waisted jeans, terus apa Namanya eee colored pants, sama eee corduroy pants. Kalau buat atasan sih aku lebih suka mainin yang atasan ya, biasanya ya kalau gak kemeja yang banyak coraknya kalau gak ya yang berwarna, cardigan yang warnanya cerah atau gak misalnya vest yang warnanya cerah juga atau gak yang ada patternnya gitu. Sweater sih aku juga suka pake, polo shirt gitu.

P : oh gitu, nah kalo yang aku lihat nih kamu kan anaknya into patterns dan colors banget ya. Nah, itu kenapa sih? Kek kenapa gak yang soft atau kek yang glamour gitu?

N : karena menurutku lebih ... fit aja gitu samaku dibanding dengan kalo misalnya aku pake glamour gitu. Kek lebih nyesuaikan sama masa kita ini gitu loh. Kek kita nih kan gak salah kalau kita play with patterns, play with colors dibandingkan kita berpenampilan menurut aku kek lebih mungkin bisa dibilang dewasa gitu kali ya. Mungkin suatu saat kita akan sampe kesitu tapi kan mungkin gak sekarang. Jadi mungkin sekarang aku lebih kek yang prefer buat warna, motif karena saying banget kalau misalnya masa mud akita kita gak eksplor hal-hal tersebut gitu. Karena kalo misalnya ntar punya anak kan belum tentu kita pd pake baju itu kan. Manatau itu udah kek jamannya anak kita lagi yang pake gitu sih kalo aku.

P : hmmm. Nah, tad ikan kita ngomongin soal jenis dan model. Nah kan gak jauh jauh dari kriteria nih. Kalo buat kamu kriteria baju vintage itu gimana sih? Yang bisa dikatakan “wah vintage banget nih” tuh gimana?

N : hm back to inspirasi tadi sih sebenarnya. Kalau aku mungkin gambaran full orang jaman dulu tuh mungkin masih yang kek eee maksudnya aku suka pelajari ke situ Cuma aku mungkin belum tau kek yang akar-akarnya banget nih yang vintage itu gimana sih retro itu gimana sih. Tapi kalo aku kriterianya ya paling diliat dari ini ya apasih bentuk dan eee warna dan coraknya sebenarnya gitu. Karena kalo kita liat sekarang, perbandingannya aja nih ya. Kalau aku liat k-pop idols sekarang sama eee bajunya-bajunya, sama baju yang eee baju-baju vintage gitu. Beda banget. Kalau yang jangan k-pop idols deh. Pokoknya artis yang sekarang deh. Beda banget karena mereka lebih ke yang modern lebih kek yang glamour kamu bilang tadi dibandingkan sama yang dulu. Kalau yang dulu itu lebih kek kalau old skull tuh apay a bilangnya ... kek academia kek anak-anak sekolahan gitu kan. Nah kalo aku litany sih gitu. Balik ke inspirasi orang atau pemikiran orang masing-masing aja sih sebenarnya.

P : hmmm. Kalau gitu ini masih bersangkutan sama yang tadi lagi nih, waktu kamu beli atau kamu make pakaian vintage gimana sih cara kamu bedain mana pakaian vintage dan mana yang bukan? Yang biasa orang pakai atau vintage

N : secondhand?

P : iya, secondhand yang biasa sama sesondhand vintage. Gimana cara kamu tau perbedaannya gitu di online atau offline shop sekarang?

N : oohh kalau dari thrift shop gitu aku gatau kenapa tapi kalau di thrift shop yang aku lihat itu memang yang mereka jual tuh stylenya lebih mengarah ke vintage. Aku rasa sih. Dari mulai kaos sampai luaran sampe celana sampe kadang sepatu ada juga tuh lebih mengarah ke sana. Mungkin juga eee apa Namanya eee mungkin juga barang-barangnya memang yang udah lama gitu loh yang kek old stock gitu, old new stock. Itu sih yang aku lihat, sama kek sense aja gitu ... gimana y acara bilanganya kek ada indra ke-6 gitu hahaha kalau liat pakaian vintage. Kek ini vintage ini bukan gitu. I know its kinda stupid but its sense to me gitu haha

P : oke oke haha. Kalau tujuan kamu pakain tuh pakaian vintage apa?

N : hm kalau itu iya sih pasti branding. Personal branding buat diri aku sendiri, selain orang kenal aku orang yang gimana juga kek “oh dia orangnya suka pakai baju ini ya” “dia ini ya” dan kek aku berharap orang juga yang kek dapet inspirasi lah gitu atau ikut tertarik untuk ikut coba style-style yang mereka belum pernah coba sebelumnya. Terus tujuan yang lain ya sebenarnya untuk memuaskan diri aku sendiri aja gitu kekaku bisa mengekspresikan apa yang ada dipikiran dan hati aku gitu melalui penampilanku.

Kadang aku juga gak setiap hari gitu pakai baju yang selalu dress up gitu sih. Kadang aku juga kek ada hari dimana aku kek males atau ada hari dimana yang kek aku gatau mau pake baju apa. Jadi yaudah aku akan pake baju yang apa adanya aja. Kek yang Cuma manset aja warna apa git uterus pake kaos pake jeans. Udah gitu doang. Pokoknya kalo misalnya aku lagi semangat banget untuk “apa nih yang bisa aku pake” apa yang ada dikepalaku dipikiranku pasti aku akan dress up.

P : dengan tampilan ninda yang begini nih, gimana sih lingkunganmu menerima kamu?

N : ooh maksudnya kek apa reaksi gitu ya?

P : iya, apa reaksi, bagaimana pendapat orang-orang terhadap kamu dengan penampilanmu ini?

N : kalau aku liat sejauh ini sih yaa seneng sih sebenarnya. Maksudnya dalam artian yang kek yaudah aku pake apa yang aku mau dan yaudah aku make apa yang udah aku punya di lemariku, nenekku, ibuku. Ibu aku juga anggapannya yang kek seneng gitu karena kepake lagi. Ini baju dari jaman ibu aku belum punya anak loh kek gitu istilahnya dan bisa kepake sama anaknya lagi gitu. Bahkan kalo aku mau balik ke jogja tuh ibu aku suka nyariin baju lagi gitu di apa dilemarinya gitu. Terus nanti bilang “kamu mau bawa ini gak? Mau pake blazer ini gak?” yang kek kek gitu. Jadi kek aku juga yang seneng gitu. Terus kalo buat temen-temen sendiri ya mereka juga seneng sih ngeliatnya kek “ih kok kamu bisa sih pake baju itu? Apa sih tips and tricks nya” kadang mereka juga apa Namanya minta pendapat, minta saran kalau misalnya mereka mau ada acara atau misalnya mau beli baju gitu kan. Kek “bagusnya apa ya buat aku?” “bagusnya aku beli yang mana ya?”

P : intinya kek mereka menerima ninda gini ya? Tapi pernah gak sih kamu dapet pendapat buruk gitu dari sekitarmu?

N : kalau sejauh ini sih keknya insya allah belum ada ya. Karena orang juga kek yang yaudah sih bodo amat gitu aku mau pake baju apa ya pake aja gitu selama ya gak pake duit mereka. Kalau aku liatnya sejauh ini sih gak ada. Karena aku juga orangnya eee not judging people by their looks gitu. Jadi kek yaudah kalau misalnya mereka juga stylenya gitu ... biarin let it be aja gitu. Berarti mereka senang. Karena disisi lain aku juga merasa senang seperti ini ... jadi ngapain kaya aku mengganggu orang atau orang mengganggu aku. Walaupun ... walaupun misalnya nanti suatu hari nanti ada yang ngejudge atau ngekritik my outfit kek yaudah aku tuh juga kek yang “yaudahsih, kenapa?” gitu kan. Aku juga yang kek gak peduli gitu lah sebenarnya.

P : nah, akhirnya ini pertanyaan terakhir untuk sekarang nih, Nin. Menurutmu penting gak sih pendapat orang lain terhadap dirimu dan apa yang kamu gunakan? Kalau misalnya penting ya seberapa penting?

N : kalau menurut aku tergantung bagaimana dia menyampaikan atau eee isi dari pendapatnya itu sih. Kalau ternyata apa yang dia bilang itu eee kekya agak mener deh aku biasanya akan mempertimbangkan. Either aku mempertimbangkan dan mengkolaborasikan pendapatnya dengan pendapat aku atau aku gak ... gak maksudnya nyerap pendapat dia sepenuhnya gitu. Jadi kek lebih banyak pendapat aku dibandingkan pendapat dia. Karena yaa itu tadi sih sebenarnya aku kek don't care aja kalo misalnya orang kek “ih bajumu terang banget warna kuning” Cuma kek yaudah aku gak sepeduli itu gitu, tapi aku eee kalau untuk considering eee pendapat orang lain itu aku lebih ke ibu aku sih ... kadang-kadang she knows what's best for me. Kek untuk pakai baju gitu kadang kek “coba deh kamu pakai ini, pakai ini, pakai ini” kadang juga apa yang beliau kasih tau itu juga ada kek “oh iya aku pakai ini untuk ini, untuk acara ini” gitu. Tapi selain beliau keknya aku masih yang mempertimbangkan gitu. Karena aku sih gak peduli sebenarnya hehehe.

P : satu lagi deh, nin hehe tadi aku lupa.

N : boleh

P : hmm tad ikan di awal kamu bilang kalau pergantian style mu itu dimulai dari semester 3 ya?

N : iya, semester 3 kalau gak salah.

P : nah eee apa Namanya ... dari pergantian itu yang benar-bener berubah tuh apa sih dari kamu?

N : aku ... kalau aku bener-bener rasanya dari atas sampe bawah sih. Jangankan dari atas sampe bawah, aksesoris, tas, sepatu yang aku pake pun bener-bener berubah semuanya. Aku tuh sampe bilang kek gini ke temen-temen aku “keknya aku dah tau deh aku sukanya style yang mana. Aku eee pengen eee sense style yang gimana yang akum au tuhg aku tau” sampe aku ngomong git uke temen-temen aku. Sangkin aku exciting banget aku nih pengen changes ke eee apa Namanya fit aku yang baru kek gitu. Jadi sampe semuanya sebenarnya, sampe details sekecil pun ... cincin, kaos kaki tuh sampe aku pikirin gituloh. Sangkin aku kek memang pengen pindah jalur deh istilahnya, pindah jalur style gitu.

P : nah, faktor utama yang buat kamu selalu mikir “besok mau pake apa ya” itu tuh apa sih?

N : oke pertama occasion apa dulu sih. Misalnya kalau ke kampus mungkin aku gak akan se dress up Ketika aku mau pergi ke mall atau mau jalan-jalan sama temen-temen aku gitu, atau acara keluarga gitu. Terus eee yang kedua karena memang pengen mengekspresikan diri aku sendiri aja jadi kek aku dress up ya buat diri sendiri aja gitu loh. Kalau misalnya memang orang gak suka ya just keep it to yourself. Aku tuh berusaha untuk gak mikir jelek gitu kek “apa ya yang orang pikirin tentang aku?” gitu. Kalau untuk based on penampilan aku gak sih. Lebih kek yaudah diri aku sendiri, ini aku dressed untuk diri aku sendiri dan occasionnya apa. Gitu.

P : Gimana sih biasanya orang-orang menilai kamu berdasarkan pakaian kamu? (seperti terlihat dewasa, periang, misterius, dll)

N : eee kalau untuk penilaian sendiri menurut aku yang orang-orang nilai itu dari pakaian aku itu adalah yang pertama aku anaknya ekspresif terus kek periang gitu yak arena aku mostly pake bajunya yang kek berwarna dan bercorak dan sebgaiannya terus mungkin dibilang juga anaknya tug PDan, bold gitu dalam mengespresikan diri, gitu sih.

P : nah, dari jawaban kamu barusan, apakah penilaian mereka terhadap kamu tadi tepat menurutmu?

N : eeee kalau menurut aku sih tepat dan gak tepat ya. Kalau misalnya untuk periang dan ohh yang untuk periang gitu ya hmmm ataupun ekspresif aku merasa diri aku gak terlalu

seperti itu, tidak terlalu periang dan tidak terlalu ekspresif juga, maksudnya tidak semua yang aku rasain atau emosi yang aku rasain tuh aku bisa mengespresikannya dengan gampang, gitu. Jadi bukan berarti kalau misal aku lagi seneng aku pake baju apa, lagi sedih aku pake baju apa. Kadang aku juga kalau misalnya lagi seneng pun tapi memang lago gak ada ide atau lagi ... gak mood untuk mem ... apa ... meeeng ... mem ... menjadikan sebuah outfit gitu, aku gak bakalan pake baju juga gitu yang niat misalnya. Tapi kalau untuk emmm bold atau berani aku bisa bilang iya, karena aku memang anaknya juga yang kek gak takut aja gitu dan PD untuk ngambil-ngambil pake warna atau corak yang mungkin orang kurang PD makenya.

P : Seberapa penting penampilan bagimu? Kenapa?

N : kalau bisa di skalain mungkin 8,5 dari 10 ya, karena menurut aku penampilan itu salah satu penilaian pertama dari seseorang eh dari orang lain yang melihat kita, gitu. Apalagi penampilan ini mungkin nanti bakalan diperluin disatu sector pekerjaan, gitu. Atau misalnya eee salah satu yang menjadi eee daya Tarik kita, gitu, personal branding kita dan segala macam. Gitu sih menurutku, tapi kalau misalnya eee penampilan juga menurutku sesuai dengan kesukaan dan kenyamanan kita sih, jadi kalau misalnya memang kita gak nyaman di style-style tertentu kataku sih cari sampe dapet spot nyamannya dimana tapi usahain semaksimalnya kita kitu loh.

P : Gimana cara kamu membedakan pakaian vintage dan bukan vintage yang beredar di offline/online store sekarang?

N : kalau aku sendiri sih yang kek aku bilang kemaren sih, kek lebih ke sense aja kek ... apa ... eee pas lihat baju itu mungkin awalnya juga dari inspirasi-inspirasi yang aku ambil dari foto-foto atau dari orang lain yang aku lihat, gitu kan style yang vintage itu gimana sih yang retro itu kek apa gitu kan, terus habis itu eee Ketika akum au beli nah ku cocokin gitu misalnya kek “oh kalau yang vintage tuh lebih ke yang ini gini” gak mesti persis Cuma kek yang lebih di cocokkan aja gitu, terus kan lama kelamaan kek aku dah punya fashion sens nya sendiri gitu loh.

P : nah kalau soal pakaian dengan karakteristik yang "divintage" kan yang baru dikeluarkan oleh toko-toko atau desainer sekarang ini, menuet kamu itu bisa dikatakan vintage gak sih? Kenapa?

N : kalau menurut aku bisa ya, karena menurut aku vintage disini ini bukan emmm bukan hanya sekedar umur atau itu barang secondhand atau gimana tapi menurut aku vintage disini tuh lebih ke style, jadi fashion styla dimana kalau itu ada yang dikeluarin sama eee brand-brand ternama, gitu kan. Tapi mereka mengeluarkannya dengan sense ke vintage, itu menurut aku vintage juga. Cuma mungkin yang membedakan adalah eee yang satu punya nama yang satu mungkin ada nama juga tapi mereka secondhand atau mungkin eee produknya kek brandnya eee brand lokal atau brandnya eee udah gak ada Namanya gitu loh. Menurutku gitu dan juga mungkin yang membedakan adalah range harganya juga sih, gitu sih.

P : berdasarkan jawaban kamu tadi apakah kamu mau membeli dan menggunakan pakaian tersebut? Kenapa?

N : kalau aku eee untuk yang di thrift store yang secondhand itu akum au, karena pertama misalkan pun dia eee ada brandnya gitu, brand per ... brand bernama dia kan udah secondhand, jadi harganya itu lebih ... apa ya eee istilahnya lebih jatuh gitu dari pada harga aslinya. Sedangkan kalau misalnya untuk beli yang eee keluaran terbaru untuk brand-brand keluaran terbaru mungkin saat ini aku belum sampai tahap ke sana pengen dan aku juga pun belum mampu yak arena belum punya perkerjaan sendiri pekerjaan yang tetap gitu hehehe jadi mungkin aku yang kek ke thrift storean gitu sih, yang online dan offline, gitu kak.

P : okeoke, menurut kamu ada gak sih perbedaan pandangan terhadap orang-orang dengan pakaian vintage murah dengan vintage branded?

N : emmm kalau menurut aku kalau pandangan orang tergantung sih, kan gak juga semua orang mengenali brand itu menurut aku ya dan aku sendiri juga gak semengenal itu gitu loh keluaran-keluaran sebuah brand gitu. Jadi menurut aku tergantung mmm dari pandangan orang sih.mungkin kalau misalkan dia memang sangat ngefans sama satu brand mungkin dia bakalan tau ini keluaran brand ini brand ini keluaran ... apa namanya... tema vintage dari brand ini, gitu. Tapi kalau misalnya ya orangnya kek kurang ... paham, kek aku juga gak terlalu berwawasan tentang brand-brand yang mungkin eee lebih kek yang kek kalau diliat lucu “ooh iya lucu” gitu doang.

P : kalau dari kamunya ngeliat mereka gimana? secara pribadi pandangan kamu ke mereka?

N : mereka nih yang pake baju itu apa gimana?

P : iya yang pakai baju itu, apa pandangan kamu waktu lihat orang-orang yang katakanlah kamu tau yang mereka pake itu vintage yang branded dan yang ngga branded gitu, nah gimana?

N : eee kalau aku yaaa keren gitu mereka bisaaa take it to another level gitu Ketika mereka pake style vintage yang gak hanya dari vintage, maksudnya bukan, bukan thrift shop tu jadinya di level lebih rendah apa gimana, tapi lebih kek mereka lakuin effort lebih untuk bisa memiliki eee barang-barang atau item yang kek eee mempunyai brand yang ternama, kek gitu. Kalo menurut aku gitu sih. Keren dan kek up to date aja gitu, karena gak selamanya aku tuh ngikutin banget trend atau barang dari brand-brand ternama gitu.

P : nah pertanyaan terakhir ini nindaa, gimana pandanganmu terhadap orang-orang sesama pengguna pakaian vintage?

N : kalo aku sendiri seneng ngeliatnya dan kek apay a ... ngerasa kek keren aja gitu mereka punya sytyle yang beda, misalnya gak terlalu ngikutin trend gitu loh, menurut aku. Walaupun sekarang vintage tuh trend ya, maksudnya sebelum-sebelum vintage ini jadi trend kan ada yang udah menggunakannya gitu kan. Udah interest gitu, mereka gak ikutin trend yang ada trend yangggg apa Namanya lagi in kek gitu. Mereka juga ngeluangin waktu untuk nyari eee item outfit yang beda, yang langka gitu. Jadi kek, bahkan vintage sendiri tuh gak semua ... gak semua orang yang pake itu tuh sama menurut aku. Mereka punya taste mereka sendiri kalau pakaian vintage itu gimana. Terus perspektif mereka dalam memakai outfit vintage beda-beda gitu menurut aku. Walaupun miri-mirip sebenenrya tapi setika beberapa orang yang make satu tema vintage gitu tu pasti looknya tetep pada bedanya gitu menurut aku.

Narasumber 3

Nama : Wafi Ahdi (Wafi)

Jurusan : Ilmu Komunikasi UII

Jenis Kelamin : Laki-laki

WAWANCARA (24 Maret 2021)

Pewawancara : halo, wafi. Makasih udah luangin waktunya. Kita mulai dari eee perkenalan dulu ya?

Narasumber : oke halo, aku Wafi Ahdi, sekarang lagi sibuk skripsian eee di semester 7 eh 8 hahaha jurusan ilkom uii. Dah sih itu aja keknya.

P : okee, hm nah tadi kamu sempet nanya ya sama aku kenapa aku pilih kamu jadi narasumberku? Hm karena menurut aku kamu orang yang cukup fashionable sih kalo buat seorang cowok daaaan dan gaya kamu menurut aku berkiblat ke arah retro vintage gitu. Which is adalah penelitianku. Nah, untuk awalnya nih aku pengen tau boleh gak sih kamu ceritain awal mulanya kamu pilih style kamu yang gini tuh gimana bisa?

N : hmm iya iya kalau aku tuh kebanyakan karena aku suka musik sih tapi belakangan ini aku banyak ikutin dari film sih biasanya. TV series sih aku lebih ke TV series. Jadi aku gampang terobsesi banget sama karakter hahaha iyaa gampang banget kek terobsesi sama karakter tv series gitu. Kemaren itu aku karena lagi suka Supernatural, Supernatural itu kan dia orangnya memang kek rada-rada tua gitu sih. Jadi, orangnya Sukanya pakai flannel, pakai boots, terus pakai celana jeans terus dilapis lagi pakai jaket yaa walaupun gak sesuai sama apa eee iklim sini tapi kek keren aja ngeliatnya gitu hahaha jadi kek suka aja. Makanya kadang-kadang aku juga kek ya berkorban jugalah.

P : berkorban dengan suhu demi pakaian yang dipakai ya? Hahaha

N : yaa iyaa, jadi gitu. Fashion itu pengorbanan sih hahaha.

P : hm kalau untuk alasannya sendiri kenapa kamu pilih style yang gini tuh apa?

N : eee mungkin aaa apa ya ... kadang eee adaaa faktorannya juga sih yaa ini rada-rada agak gender juga sih ... terlihat maskulin aja sih kek boots gitu. Cewek kan juga bisa sih pake boots cuma kalau cowok tu pake kek gimana gitu liatnya kek behhh oke banget gitu hehehe. Anu juga sih kan boots kan cocok di kek aku kan orangnya pendek ya, kek boots tu akan menambah beberapa centimeter gitu. Nambah-nambah tinggi juga biar enak diliat juga.

P : hmm terus kalau misalnya barang-barang yang sekarang kamu pake nih biasanya kamu liat dan beli dimana sih?

N : kalau aku biasanyaaa karena sekarang kan serba enak ya apa algoritma apasi sih social media kan kebaca juga kan di hp. Jadi kek mulai pertama kan nyari-nyari aja kan barang-barang yang branded gitu kan. Ngeliat aja hahaha liat liat aja tap ikan lama kelamaan kek “wah orang ini spesifik nih cari boots ini” nanti kan muncul juga tuh boots-boots. Kemarin itu ya aku kan cari boots kek ngeliat-ngeliat kek apasi eee Timberland apa segala macam kek apasih yang sekarang lagi anu? Yang model-model pendek gitu ... apasih keknya kamu punya juga deh.

P : Dr. Martens?

N : ha? Nah iya. Merk Docmart ntar kan kek lama kelamaan juga muncul juga toh kek yang lokal-lokal.

P : berarti basically kamu belinya dari online? Atau kamu terjun langsung ke offline storenya?

N : eee kemarin sempet online tapi sempet juga kemarin tuh juga ada dia kek buka di acara jogja apa ya tuh ... LOL YK. Jadi kek yaaa mumpung gak pake ongkir jadi yaaa mending beli ke sana. Biasanya kan ada diskon juga.

P : ooh gitu nah, kalau untuk kisaran harga biasa yang kamu beli tuh berapa sih kalau boleh tau? Untuk keseluruhan ya dari mulai atasan sampe sepatu

N : hahaha berapa harga outfit gak nih? Aaa mungkin kalau celana sih aku berkisar ... karena celana jeans tuh mahal-mahal ya. Kalau di rata-rata keknya 300 sih cuma kalau thrifting sih karena apa ya badanku tuh badan nanggung sumpah. Jadi kek susah mau cari ukurannya, jadi ya nyari tuh yang baru ketimbang yang thrifting hehe karna susah banget badanku. Jadi ya sekitar 300 kalau celana. Baru kalau baju ... baju ya mungkin anu sih fleksibel aja aku, kadang ada aja yang bei 70 ada yang beli 50, tapi ya lebih prefer mungkin Sukanya itu yang apa yang polos sih biasanya. Mungkin kalau gak polos aku stripe hahaha itu aja. Tapi sekarang lagi anu sih aku lagi pengen beli yang be ... iya bermotif cuma masih bingung aja apa. Baruuu kalau atas sih aku belum menemukan yang cocok sih pada bagian atasku. Dulu sempet coba beanie hat gitu cuma ilang-ilangan hahaha tapi yaaa aku merasa cocok mungkin eee ada sih topi yang cocok keknya aku panel hat itu sih. Cuma belum kebele juga karenaaa masih banyak pengeluaran yang lain-lain. Kalau sepatu sepatu tuh aku ada kok aku ada beli bekas kemaren di apa thrifting nya jogja ada. Itu dapet sekitar berapa ya ... sepatu paling pasti mahal-mahal

hehehe gak ada yang murah sih yaaa paling murah aku beli sepatu kemarin thrifting 300 itu vans bekas terus eee sama boots itu rata-rata ini murah sih kalau bootsnya karena lokal jadiiii sekitar 400. Rata-rata kan kalau boots tuh sekitar bisa sampe 600-700. Nah, kalau lokal ya alhamdulillah bertahan aja sih cuma keknya kurang exclusive aja. Kek bhan-bahannya kurang aja, yaa nantilah next kalau ada uang beli yang di atas-atas hehe.

P : kalau kek aksesoris-aksesoris gitu kamu koleksi gak sih? Kacamata, gelang mungkin?

N : eee kalo aksesoris aku lebih suka ke cincin sih biasanya.

P : hmm jadi kamu pake cincin?

N : hm iya pake, aku pake. Jadi eee dulu itu akuuu malu-malu juga kan pake cincin. Ternyata kek orang tua ku tuh suka juga pake cincin dan memperbolehkan. Padahal orang tua ku tuh islami juga kan kek aksesoris itu kan sebenarnya gak boleh ya buat cowok, tapi ya boleh aja ternyata sama orang tuaku. Jadi kek dulu tuh sempet ke influence sama TV series anak-anak geng motor gitu ... namaa anu nya tuh apay a ... Sun of Anarchy geng motor gitu. Kek uh terinfluence banget aku kan, mereka kan pake cincin banyak banget tuh dan dulu aku pake cincin banyak juga hamper emua jari hehehe gitu. Hamper tiap jari tuh aaaa itu ada 4 jari aku pake cincin terus ada yang ku doble juga. Tapi sekarang kek udah lebih minimalis aja sih kek yaa di kelingking sama anu jari manis aja udah.

P : penting gak sih aksesoris menurutmu?

N : kalau aksesoris tuh menurutku penting sih, jadi kalo kita udah eee ibaratkan fashion itu eee baju dan celana dan lain-lainya itu dasar kan, ha kalau aksesoris tuh kek mempermanis gitu loh kek bumbu-bumbunya kek garamnya lah.

P : berarti kalau gaada tuh gak lengkap gitu ya?

N : yaa sebenarnya bukan gak lengkap juga, itu tergantung preferensi aja sih, kan makanya dia jadi bumbu kan kek garam ibaratnya. Ya kan ntah antara kamu suka pkai garam atau gimana itu kan preferensi lagu, tapi kalau aku suatu keharusan sih. Ha apalagi kalau aku kalau memilih apasih ... memilih aksesoris itu juga yang menonjolkan karena biar apa gak kalah sama dasarnya. Jadi, lebih ditolnjolkan, kek jam gitu aku jamnya milih warna emas sama apa ... cincin, aku cincin juga warna emas beberapa ada yang silver jadi aku paduin aja. Biar nonjol aja gitu.

P : nah, kalau misalnya ngomongin membeli-membeli nih ya, apa sih sebenarnya faktor kamu membeli dan menggunakan pakaian itu? Khususnya dalam tema-tema vintage tadi ya

N : sebenarnya anu juga sih ... apa ya ... nyaman apa gak nya sih. Aku nyaman apa gak. Jadi ya kadang-kadang juga eee aku pake lapis-lapis juga sebenarnya aku termasuk nyaman walaupun panas ya, aku tetep nyaman. Eee baru mungkin juga eee apa ya ... looks lah juga, memperlihatkan kan ke orang-orang juga. Apalagi ya? Udah sih aku itu aja keknya motifnya tidak aneh-aneh hehehe. Sebenarnya juga kek yang aku bilang tadi sih kek yang aku nonton film kek gitu tapi aku improve juga kek aku improve lagi menyesuaikan juga sama disinilah.

P : kalau ngomongin jenis nih, jenih pakaian kek apa sih yang kamu suka? Kalau misalnya kek ... contohnya kek tahunnya berapa, atau keluaran apa, atau prefernya kemana ... karena kan pakaian vintage tuh asalnya dari mana banyak kan, eropa, asia gitu

N : kalau aku ... sebenarnya aku prefernya yang western ya sebenarnya cuma kan tubuhku itu mengatakan hal yang lain hahaha kadang-kadang ada juga yang kupaksa ke western cuma kek gimana ya ... kan beda juga ukurannya jadi kalau pun dipaksain kek gimana ya. Kek celana aja pun kalau di kecilin pasti ada strukturnya yang kek gak sama gitu. Ha itu, kadang-kadang kek itu yang buat ah ... tapi ya itu kalo disuruh milih si suka gaya-gaya western nih sebenarnya. Kalau kek spesifik tahun mungkin aku lebih suka gaya-gaya tahun 90-an, lebih simple. Kalau 80,70 tuh ... wah ... ribet. Keknya sih, tapi ada sih beberapa gaya kek model-model tuck in itu kan gaya-gaya 80, 70-an ya. Tapi itu kalau gaya memakainnya aja, tapi kalau model pakaian aku lebih prefer 90.

P : Nah, tadi kamu sempet nyebutin gaya tuck in gitu, selain itu ada gak sih model pakaian vintage yang kamu suka? Dan kenapa kamu suka itu?

N : Mungkin kalau karakteristik model sih aku suka yang hm menyesuaikan badanku dulu sih eee biasanya aku cari yang modelnya yang pas dibadanku dan tentunya nyaman buat aku pake. Aku suka aaa ini sih yang aku suka eee t-shirt sama aaa apa long sleeves t-shirt, jadi pake dua gitu, di dobel sama karena lebih anu aja apa sih hm keliatan versatile aja, misal kalau pake dobel gitu terus panas, ya bisa di buka diiketin di pinggang gitu, jadi model baru lag ikan, jadi ya gitu. Kek santai tapi apa ya ... karena cuaca juga kan disini

kek pengen pake t-shirt tapi kek panas disini hehehe anu apa ya jaga kulit juga, aku kan orangnya jaga kulit banget ya. Sebel aja kalau lama-lama kena panas tuh kek “ih kok hitam aku” hahaha langsung gitu, kek jadi sekarang aku suka pake yang lengan panjang.

P: nah, seberapa sering sih penggunaan pakaian vintage itu dalam keseharianmu?

N: hmm tergantung sih ... aku lebih sukanya kalo pake baju-baju gitu kalau malem sih biasanya karena lebih enak aja. Lebih enak di cuaca juga baru juga kek enak aja kena udaranya. Kalo siang kan kek ya panas. Disini tuh sebenarnya kurang cuma anu aja sih cuaca aja, yang mempengaruhi pakaian tuh.

P: kalau kek occasion tertentu gitu? kalau kek kamu keluar aja make galau kek cuma makan aja gak pake. Gitu tuh biasanya kamu pikirin juga gak?

N: hm terkadang tergantung tempat juga, aku menyesuaikan tempat juga lah. Kalau ke burjo-burjo aja paling ya ngga haha kek ya paling pake celana pendek aja biasa haha. Tapi ya paling topnya selalu aku pikirin sih, kalau bawahnya biasanya gak terlalu aku pikirin.

P: hm kalau kriteria pakaian vintage menurutmu itu yang gimana sih? Kalau kek ngeliat “wah ini vintage banget” atau “yang dia pake tuh vintage banget” nah “vintage banget” menurutmu itu gimana?

N: eee perpaduan ini sih eee perpaduan pakaian sih sama celana eh aku lebih ke top sih biasanya. Kalau bawah itu bisa menyesuaikan sih. Aku lebih ke atas sama mungkin eee warna.

P: warna yang gimana bisa jelasin gak?

N: eee tergantung lagi ... kalau aku ngikutin 90-an mungkin kek lebih apa ya ... dia tu lebih nyatu aja sih dia tu kalo apa kek kalo misalnya flannel, mungkin flannelnya merah terus dalemannya hitam itukan memadukan warna ya, kek kek gitu. Biasanya kan kalau 90 ya macem-macem juga sih, ada yang biasanya pake flannel baru pake apa kaos yang bergambar biasanya ada. Cuma kan tetep perpaduan warnanya biasanya yang ditekankan.

P: berarti intinya tergantung referensi vintage tahun berapa yang dianut orang yang menilai gitu ya?

N: iya

P : kalau ... kalau ngomongin tujuan, nah, tujuan kamu memilih dan memakai pakai pakain vintage tuh apa sebenarnya?

N : tujuannya?

P : iya, kan ada nih orang yang sebenarnya dia tuh gak gitu, tapi demi konten Instagram biar di cap keren akhirnya dia melakukan dan menggunakan hal tersebut gitu atau ya ada juga yang karena dia suka dan nyaman makanya dia pakai.

N : kalau aku ya karena aku nyaman untuk ... apa memperlihatkannya aja juga dan akunya sendiri juga nyaman untuk memakai. Karena ya dapat pahala juga toh disaat buat orang melihat hal-hal yang indah.

P : kalau untuk lingkungan sekitarmu yang kamu lihat gimana sih respon orang dengan pakaian dan Wafi yang begini?

N : mereka biasa aja sih, justru malah kek mungkin beberapa temenku kek suka nanya kek referensi juga “ini bagusnya aku pakein apa ya?” “ini Waf atasnya ini ini” padahal ya aku juga kurang fasih juga dalam dunia fashion hehe sebenarnya. Cuma anu aja apa sih ya nalar-nalar aja kek paduan warna sama coco kapa gak cocokkan. Celana ini misalnya apa atasnya, gitu aja sih.

P : terus tanggapanmu atas feedback itu gimana?

N : tanggepanku ya aku ya merasa senang sih ... bisa bantu teman juga. Pahala lagi hahaha. Kadang ya mereka juga suka minjem ya pake. Selama bisa membantu ya membantu.

P : nah itu kan tadi kita bisa bilang feedback baik ya. Tapi pernah gak sih kamu dapat feedback buruk dari lingkungamu? Mungkin lingkungan kampus, atau kontrakan dan teman-teman atau bahkan keluarga gitu?

N : hm sejauh ini sih gak ada ya, tapi kalau kek langsung verbal gitu keknya gak pernah. Kalau non-verbal juga keknya sejauh ini juga gak pernah. Keknya alhamdulillah aman-aman aja, nyaman-nyaman aja sih.

P : menurutmu penting gak sih penilaian orang tentang apa yang kamu gunakan? seberapa penting sih dan gak pentingnya pendapat orang tentang pakaianmu?

N : sebenarnya situasional sih kalau aku hehehe kek mungkin kalo hal itu baik buat aku, menurutku bik buat aku ya aku bakal dengerin, Cuma kalau menurutku kek eh gak berbasis apa apa ya aku bakal biasa aja kek “oh yaudah” gitu aja sih kalo aku.

P : berarti pengaruh dan gak pengaruh tergantung situasi ya?

N ; iya, tergantung apa yang dia bicarain juga. Kalau memang bene raku pasti “oh iya betul” kalau memang nemurutku salah ya salah.

P: nah, pertanyaan terakhir nih Waf, seberapa penting penampilan buatmu?

N : penampilan buatku? Penting.

P : penting. Kenapa penting?

N : karena kita tuh lebih banyak menggunakan pengelihatan

P : sebagai?

N : ya sebagai macem-macem. Ada identifikasi, ada anu apa lagi ya, kebanyakan sebagai identifikasi sih? Kek yaa menurutku itu hal yang baiklah paling gak kek kita kalau disuruh wawancara pasti disuruh pake pakaian rapi-rapi kan? Kek ya itu hal yang basic aja kita kek memperlihatkan kita pada saat kita keluar dari kamar gitu sih.

P : Apa hal menarik dari busana vintage yang akhirnya membuat kamu ingin coba?

N : kalau aku mungkin pertama dari motif sih aku sa, mungkin. Sama yang kalau kedua dari warna, kalau apa lagi ya ... mungkin masalah cocok-cocokan lagi sih aku sa kek mix and match nya aja aku itu, tergantung itu. Aku jadi kek gak ada kek kriteria khusus kek harus brand ini apa gimana yang penting mix and match aja sama apa yang pengen ku beli sama apa yang aku punya. Gitu aja.

P : warna dan motif yang kamu maksud tadi bisa di deskripsiin gak gimananya?

N : eee kalau mungkin warna yang dimaksud itu tadi kurang lebih terkait sama mix and match itu sih. Eee kalau yang jeans gitu aku lebih senengnya digabung sama atasan yang lebih gelap mungkin, kalau jeansnya rada-rada gelap. Kalau warna terang gitu ya aku juga jeansnya rada-rada terang, biasanya. Kalau motif mungkin aku gak terlalu milih-milih ya motif itu, ya tergantung sedapetnya aja sih, kalau vintage kan kebanyakan dapetnya dari kek apasih ... thrifting gitu ya, jadi kek bener-bener limited lah, gak ada kek “aku pengennya motif ini”, gak ada. Aku sih lebih “oh ini bagus nih, warnanya juga cocok nih sama apa yang aku punya” atau “ih ini di pasangin sama ini cocok nih” gitu aja sih aku paling.

P : oke wafi, nah pertanyaan yang ini masih seputar karakteristik vintage, Apa karakteristik dari vintage yang menurut kamu paling menarik? (dari segi kelangkaannya, modelnya, desainnya, dll)

N : eee kalau aku kalau dari segi kelangkaan mungkin gak terlalu gimana sih, mungkin kan ada orang yang terlalu ngejer kek “wah ini Nike tahun keluaran berapa”, tapi kalau aku gak sih. Aku lebih yaaa lebih ke motif aja, aku terima aja, mau itu vintage bohongan mau vintage apaan, yaaa kalau kan ada aja ya thrifting yang menggunakan kata vintage padahal barang itu gak bener-bener vintage amat, gitu loh. Kek ya itu tetep di keluarannya tahun tahun baru gitu. Jadi aku gak terlalu mikirin kelangkaannya. Sama halnya juga dengan model sih sebenarnya, karena aku gak terlalu gimana git uke model baju yang aku pake karena juga badanu kecil jadi aku gabis gimana-gimana banget sama baju, jadi cari yang pas dibadanku buat kupake nyaman aja. Nah, kalau desain ni lumayan menarik ya, karena kan dia biasanya tuh kek lucu-lucu gitu desainnya, mungkin kek gambar-gambar band atau kek motif apa-motif apa gitu, gambar-gambar kartun gitu, jadi ya cukup jadi daya tarik sih sebenarnya, walaupun kalo buat aku pribadi sebenarnya lebih prefer ke yang gak terlalu brame motifnya karena kalau aku belajar kek fashion gitu katanya kalau terlalu banyak motif malah bisa buat keliatan gendut hahaha, tapi y aitu kalau menurut aku vintage tu biasanya motif-motif dan warnanya sih yang buat cukup menarik menurutku kek yang aku bilang sebelumnya.

P : nah kamu sempet mention nyaman nih tadi dalam memakai pakaian, bisa deskripsiin gak sih nyaman buatmu itu gimana?

N : nah, keknya aku juga pernah mention deh kemarin masalah kenyamanan berpakaian itu tergantung masing-masing orang lagi, kalau aku nyamananku dalam berpakaian itu yang nyaman diliat orang, itu sih. Masalah aku nyaman apa gaknya ya karena apa ya fashion is pain sih menurutku, contohnya kek model-model itu deh mereka selalu keliatan memaksakan diri kek misalnya diet ketat atau apalah Cuma biar gak keliatan gendutan atau gimana gitu. Ya jadi kalau menurutku kenyamananku berpakaian tergantung dari kenyamanan orang ngeliatnya.

P : hahaha oke deh, tapi kenapa sih kamu lebih istilahnya mementingkan kenyamanan orang sebagai caramu nyaman berpakaian?

N : yaaa karena kemarin aku bilang kek sebenarnya aku tuh pakai apa yang aku suka sih kek aku gak akan paksa diriku untuk memakai yang bukan aku gitu, nah terus disisi lain kan gak susah buat orang lain senang denga napa yang aku pakai gitu, jadi selama cara berpakaianku gak mengganggu orang lain aku akan nyaman makenya, gitu sih.

P : ngomongin soal penampilan, kemarin dan tadi juga km sempet mention soal model dan bentuk busana vintage yang kamu seneng, nah Busana vintage seperti apa dan bagaimana yang kamu dihindari sih, kenapa?

N : kalau aku sih basic aja sih alesannya, karena aku mikirin ukuran badanku yang ku bilang tadi contohnya kek vest atau kek jaket-jaket tanpa lengan gitu aku rada-rada kek gimana ya , bukan gak cocok sih tapi ya kurang aja rasaku, karena badanku kecil jadi gak semua pakaian itu pas gitu dibadanku. Jadi aku gak terlalu neko-neko soal pakaianku paling kek pakaian-pakaian yang gak pas dibadanku dan pakaian-pakaian yang terlalu rame motifnya.

P : nah based on jawaban-jawaban kamu kan keliatannya kamu suka sama style yang simpel gitu ya bisa dibilang, kenapa sih akhirnya memilih style yang gitu? kaos dan kemeja dibanding dengan misalkan pakai jas, atau jaket kulit misal, gitu

N : eee mungkin tergantung acaranya sih keknya aku, eee aku punya jaket kulit gitu Cuma kek mmm pada saat ini keknya kekecilan hahaha tapi kalau ada kesempatan pasti beli lagi sih. Kalau ngomongin jas itu mungkin tergantung kesempatannya, acaranya, aku bakalan pake juga kalau diperlukan, tapi kalo kek jalan-jalan santai sehari-hari keknya gak sih, karena ya kurang cocok aja kalau aku gunain sehari-hari. Kenapa kemeja dan kaos aja? Kenapa ya? Hahaha karena itu simple banget, kek menyesuaikan juga sama cuaca disini kan panas ya, jadi kalau pake itu gak terlalu panas-panas banget juga kan melindungi kulit dengan kemejanya dan yaaa itu kalau memang kepanasan tinggal dibuka aja kemejanya akan jadi tyle baru lagi, versatile aja kaos dan kemeja itu, gitu sih.

P : sebenarnya kemarin aku udah sempet tanyain sih soal awal mula kenapa kamu bisa suka sama vintage fashion, berawal dari musik dan film kan ya? nah, boleh tau gak untuk ... eh sejak kapan sih kamu mulai notice kalau pakaian yang dipakai sama musisi dan aktor yang kamu tonton itu menarik dan sejak kapan kamu mulai ikutin busana vintage mereka?

N : eee mungkin aku kenal kek gitu eee aku suka music udah dari SMP sih cuma kek beneran punya akses untuk lihat mereka dari internet gitu-gitu tuh SMA kelas 1, jadi aku baru beneran nonton youtube, TV serial, liat live musik itu SMA. Tapi ya kek awalnya mungkin masih biasa ajasih liat aja nah pas udah kelas 2 baru tuh mulai kek “wah bagus nih jaketnya” “bagus nih celananya, fashionnya” gitu. Terus waktu kek mau mau sweet

seventeen tuh kapan ya? Keknya iya bener deh kelas-kelas 2 SMA. Ya pokoknya pas itu baru mulai ikutin pake gaya-gaya formalnya sih, itu baru kenal kek yang namanya suspender yang tali itu, pas prom juga aku pake itu. Baru deh akhirnya lihat band-band music dan actor-aktor luar pake gaya casual dan baru ikutin gaya casual itu pas kelas-kelas 3 nya. Nah, tapi kalau masalah pakaian vintage kapan makenya tuh sebenarnya baru-baru aja pas masuk kuliah.

P : Apa yang buat kamu berani coba gaya vintage?

N : eee mungkin awalnya tuh sebenarnya ceritanya dulu aku tuh orang yang terbilang gak percaya diri banget heheh kek termasuk orang cupu lah dulu. Jadi kenapa ya karena akhirnya aku memberanikan diri untuk tampil di depan orang dan aku suka gitu kan sama apa yang aku lakuin. Pokoknya berani aja deh dulu kalau kata temen-temenku, dicoba aja dulu, gitu.

P : dari berani coba tadi Apa yang akhirnya buat kamu yakin untuk memilih style vintage sebagai identitasmu?

N : ya sebenarnya aku gak mengklaim diriku sebagai orang yang vintage banget sih, ngga, itu kan apa ya eee orang sekitar sih yang turut andil biasanya menamai, mungkin ya salah satunya kek kamu makanya akhirnya wawancarain aku hahaha. Apa ya yaa aku pakai apa yang aku ingin pakai, aku pakai apa yang aku punya dan suka gitu aja sih sebenarnya.

P : hehe iya oh wafi ternyata pertanyaannya masi cukup banyak, lanjut ya, gimana sih biasanya orang-orang menilai kamu berdasarkan pakaian kamu? (seperti terlihat dewasa, periang, misterius, dll)

N : aaa ini apa ya sebenarnya kan identitas pakaian itu juga bisa melihat ciri-ciri orang ya eee kalau dilihat dari pakaian ku sih sebenarnya aku tuh moodian ya, kadang bisa keliatan dewasa kadang bisa keliatan anak-anak gitu periang hahaha kadang-kadang juga bisa keliatan yaaa itu misterius juga tapi kalau yang utamanya apa ya dewasa mungkin hehehe gatau ya tapi yaitu aku gak bisa juga kan memvalidasi apa yang aku pikirin, ya harus dari penilaian orang lain juga, tapi kalau aku bisa menilai diriku sendiri ya aku pakai pakaian biar keliatan dewasa mungkin hahaha gitu

P : nah itu kan point of view kamu ya, kalau point of view orang-orang, biasanya apa sih penilaian yang sering atau pernah kamu dapetin selama kamu berbusana vintage gini? secara verbal maupun nonverbal yang kamu tangkap dari orang-orang

N : kalau penilaian gitu mungkin ada beberapa dari temen gitu sih kalau yang kek secara verbal gitu kek keren atau kek “ih bagus eh kamu begitu wap” kalau yang nonverbal eee gak bisa sih aku menilainya mungkin biasa aja orang lihatin aku tapi ternyata dia mikir kek “aneh banget ini orang tampilannya” hahaha kan kita gatau ya

P : tapi dari penilaian orang tentang kamu dari pakaian yang kamu pake tuh, menurutmu bener gak sih penilaian yang mereka beri terhadap sifat pribadimu?

N : eee keknya gak ada yang pernah nyinggung soal kepribadian langsung sih, paling kek ya keren gitu-gitu tapi ya aku juga gak sePD itu menilai diriku sendiri keren hahaha ya mungkin ada sedikit ego boost lah ibaratnya kek lebih tambah confident aja gitu.

Kalau untuk penilaian pribadi gak juga sih keknya karena ya aku beneran pake apa yang aku pengen pake walaupun ada yang kek orang pake apa yang ingin dia tunjukkan ke orang-orang gitu tapi kalau aku eee gak keknya aku pake apa karena aku pengen pake, aku pengen menunjukkan ke orang-orang apa yang aku pake, gitu.

P : nah balik ke barangnya lagi nih waf, Gimana cara kamu membedakan pakaian vintage dan bukan vintage yang beredar di offline/online store sekarang?

N : nah ini eee sebenarnya ada sih keknya ilmunya tapi aku belum belajar dan aku udah skeptis duluan sih soal hal itu jadi keknya susah sih aku sebenarnya masih bedainnya. Mungkin dari tagnya, tag bajunya, tap ikan kebanyakan kek thrift store sekarang kalau vintage gitu tagnya tuh udah dicopot duluan, biasanya. Setauku, sepengalamanku, jadi kek ya aku kurang tau aja dan kurang peduli sih sama masalah itu, kek yaudah selama itu cocok dan bagus untukku perlihatkan dan ku lihat jadi yaa yaudah gak masalah, tapi kalau untuk offline gitu mungkin lebih mudah sih bedainnya karena kan kita megang langsung, gitu.

P : nah, ngomongin soal fake dan ori tadi nih, Apakah pakaian dengan karakteristik yang "divintage" kan yang baru dikeluarkan oleh toko-toko atau desainer sekarang dapat dikatakan vintage? Kenapa?

N : nah ini juga sih eee apa ya yang pertama harus lurusin dulu sih arti vintage tuh apa, kalau dari aku pengertian vintage tuh adalah barang-barang lama, tapi ya sekarang kek eee barang lama ada yang dibuat lagi sekarang jadi karena itu modelnya lama jadi dibilang vintage juga gitu. Nah, ini masalahnya sih menurut aku vintage tuh pengertiannya seperti apa sebenarnya yang disepakati orang-orang gitu loh, apakah

memang barang tahun 19-an, 18-an gitu atau memang barang keluaran tahun baru tapi dengan model yang sama dengan tahun 19-an itu? Kalau aku sendiri menganggap vintage itu barang yang memang lama dan keluaran udah lama, misal kamera Nikon tahun 1970 misal dan dijual di tahun 2020 ya itu termasuk vintage gitu, tapi kalau misalnya ini modelnya sama tapi diproduksi tahun sekarang juga yaa bukan sih. Jadi ya aku menganggap vintage itu barang yang udah lama bukan yang model lama dan diperbaharui atau dibuat sekarang.

P : berdasarkan jawaban kamu tadi Apakah kamu mau membeli dan menggunakan pakaian yang di"vintage"kan tersebut? Kenapa?

N : nah itu kan tadi bahas pandanganku tentang vintage dan di"vintage"kan, tapi Kembali lagi ke pernyataanku sebelumnya, tentang eee kenyamananku dan preferensiku lagi, jadi kalau selama barang itu cocok di aku ya aku gak masalah apakah barang itu fake vintage atau ori vintage, gitu.

P : Kalau misalkan ada kesempatan atau peluang untuk coba style diluar vintage, apakah kamu akan mengganti "branding" stylemu sekarang?

N : eee mungkin aku gak menyebutkan diriku vintage atau apa sih, kalau misalkan aku mau coba style baru gitu ya yaudah aku pengen orang tuh emang kek lihat aku sebagai Wafinya bukan sebagai pakaiannya.

P : tapi kalau ada kesempatan dan peluang gitu, mau gak sih kamu mengganti stylemu sekarang ke misalnya kek smart casual style yang pake vest rajut diluar kemeja, pantofel, trousers pants gitu? Atau bahkan gaya lainnya da kenapa alasannya?

N : eee pasti aku coba sih, kek kemarin aku juga mulai pake turtle neck gitu heheh padahal sebelumnya aku mikir kek gak cocok apa gimana tapi ya akhirnya pake aja. Kalaupun nanti tiba saatnya aku pake vest-vest rajut gitu atau apalah tampilan smart casual gitu yaaa ada aja nanti saatnya mungkin. Aku gak pernah takut sih coba style baru, Cuma mungkin masalahnya di eee biaya aja paling hahaha gitu, tapi paling kalau masalah coba pasti coba sih hal-hal baru terutama pakaian dan kalau alasannya apa yaaa aku terbuka aja sih kalau untuk fashion, karena aku suka aja gonta-ganti apay a penampilanku sendiri gitu, aku suka mengganti style biar lebih fresh gitu. Aku suka kek bongkar-bongkar style kan biar gak gitu-gitu aja terus terbarukan aja, gitu.

P : pertanyaan terakhir nih wafii untuk saat ini hahaha Gimana pandanganmu terhadap orang-orang sesama pengguna pakaian vintage?

N : mmm pandangan gimana ya eee kalau aku sendiri sih bagus-bagus aja, asik aja sih orang-orang penyuka itu, keren mereka yang pakai-pakai vintage itu yaaa ntah keren pakaiannya atau keren referensi merekanya. Secara universalnya ya itu kembali lagi ke orang masing-masing kan, jadi terserah mereka mau pakai gimana ya karena aku melihat fashion tuh bagus terus sih hahaha dan selalau terbaru gitu.

Narasumber 4

Nama : Krismonika Dewi (Monik)

Jurusan : Pendidikan Bahasa Inggris UII

Jenis Kelamin : Perempuan

WAWANCARA (25 Maret 2021)

Pewawancara : Halo, Monik, namaku Alysa. Aku ilkom 17, sekarang lagi mmm skripsian, inti skripsiku ... ini aku jelasin dikit kali ya biar kamu paham. Inti skripsiku itu adalah tentang gimana orang-orang eee yang fashionnya ke kiblat-kiblat vintage itu tuh di respon sama lingkungannya tuh gimana, gitu. Identitasnya tuh gimana, gitu. Nah, terus, boleh tau gak sih sekarang tuh kegiatan kamuu apa sih?

Narasumber : Eee sekarang aku juga lagi eee nyusun skripsi juga. Lagi nyicil-nyicil ngerevisi beberapa skripsi yang lagi dibikin. Terusss nongkrong, biasa nongkrong, main, tidur. Hehehe itu aja sih, tapi intinya selama di Jogja ini aku cuma tugasnya cuma nyusun skripsi aja sih.

P : Nah, terusss oh hm kenapa akhirnya aku pilih kamu, mungkin kamu sempet bertanya-tanya gak sih? Haha. Iya, jadi alasan utamanya itu sebenarnya karena eee aku ngeliat eee kamu ini cukup fashionable gitu orangnya. Nah terusss gayanya kea rah vintage-vintage gitu, which is ya adalah skripsiku gitu kan. Nah, kalau boleh tau apa sih sebenarnya, gimanasih awal mulanya kamu berpenampilan eee berpenampilan kek gini?

N : Karena ... aku kan punya kakek ya ... punya kakek, terus kakek aku nih punya beberapa pakaian kek celana, kemeja, jaket, gitu-gitu yang emang aku ngerasa kek "ih aku cocok nih kalau pake ini" jadi aku kek emang rata-rata baju aku yang ngarah ke

vintage itu ya punya kakek. Bukan aku beli pribadi. Nah, terus eee aku mintain satu-satu awalnya terus jadi kek gara-gara udah ngerasa “ih nyaman nih pakek style kek kek gini” terus ujung-ujungnya hamper semua ku bawa ke sini baju-bajunya hahaha

P : Hahaha jadi kakekmu pake baju apa ya?

N : Hahaha pake baju partai

P : Nah, itu kalau alasan pribadi kenapa kamu pilih style itu apa? Karna kan banyak style di Indonesia ini, di dunia gitu loh tapi kamu pilihnya vintage, kenapa?

N : Eee gak tau sih ... aku tuh pernah dibilang orang tuh kek ... eee pikirannya tuh kek pikiran orang gede gitu. Karena ntah dari segi pakaian aku juga lebih seneng pakaian yang kek gitu dibanding emang pakaian yang ikut jaman. Misalnya nih pakaian yang misalnya lagi trend pakaian-pakaian warna lilac atau kek pakaian yang emang lagi trend lah gitu, aku kek ... kurang. Jadi aku kek aku seneng sih sama pakaian yang kek gini, gitu loh. Jadi emang kek dari diri sendiri itu tertariknya karna emang ... emang karna seneng sih.

P : Karna emang nyaman ya

N : Heem ... dulu aku juga sering misalnya kalo aku nonton-nonton film-film lama gitu, pakaiannya kan emang juga kalau vintage tu lebih ngiblatnya kearah orang luar ya? Maksudnya rata-rata kek pakaian mereka tuh dari orang luar. Jadi sering nonton film juga jadi kek “ih keren sih pake ini” gitu tapi gak semuanya aku bisaaa ... gak semuanya aku punya kan barangnya, kek gitu.

P : Ohh ya, tadi kamu bilang kalo pakaian vintage kamu tuh kebanyakan dari kakekmu punya gitu kan atau dari keluargamu hm tapi pernah gak sih kamu beli sendiri atau nge thrift gitu? Jaman sekarang kan lagi trend ya. Kamu pernah ngethrift gak sih?

N : ooh iya, pernah. Sering ... sering sih lumayan kek sweater, kemeja gitu.

P : nah kalau gitu boleh gak tau kamu itu ngethrift barang itu dimana? Belinya dimana? Mmm intinya cari referensi pakaiannya itu dimana?

N : aaa nyari barang gimana maksudnya lokasi? Lokasi?

P : hemmm lokasi bisa ... biasa kamu cari dimana?

N : kalau beli sih aku ... pernah ke tempat yang jual-jual barang bekas itu loh.

Maksudnya kek barang, baju-baju bekas gitu kek import korea Trus juga sekarang kan udah mulai banyak kan yang jual-jual thrift tapi punya offline kan? Aku kadang

pergi ketempatnya gitu dan juga tau-tau tokonya itu dari Instagram biasa. Kan Instagram banyak tu kan yang jual-jual gitu. Terus aku gak ... gak ngeliat dari onlinenya terus aku langsung ke tokonya biasa sih nyari-nyari gitu. Hmmm kek gitu.

P : Nah, kisaran range harga biasanya yang kamu beli ... itu berapa? Yang biasa kamu beli dan yang biasa kamu tau dipasaran

N : Eee biasanya kalo misalnya yang aku tau kek hargaaa kan aku lagi sering pake sweater ya eh apa crewneck kek gitu nah itu tuh kisaran harganya rata-rata tuh 50 sampe 150. Nah, aku nih kadang tipikal orang yang gak pengen yang mahal gitu loh tapi aku pengen yang murah tapi emang kualitasnya bagus, gitu. Makanya kek misalnya ada yang lagi sale besar-besaran serba 50 gitu, nah aku ngebut tuh beli. Makanya aku walaupun kadang ada robek dikit gak apa-apa aku beli yang penting bisa aku jait atau aku apa-apa in apa aku akalin yang penting kek murah tapi kualitasnya bagus, gitu. Kisaran hargtanya segitu.

P : nah, untuk faktor kamu membelinya tuh biasanya apa sih? Yang akhirnya bikin kamu mikir “wah beli ah” gitu? Tema-tema vintage ya khususnya.

N : Misalnya kek ... kalau untuk baju ya, misalnya aku nih punya celana jeans highwaits atau apa gitu, nah aku nyocok-nyocokin dari celana yang kupunya nih baju apa yang kira-kira aku pengen pake. Bajunya model apa, misalnya ntah crewneck atau kemeja atau kaos-kaosan pake manset, kek gitu nah dari situ. Jadi kek “oh aku lagi pengen crewneck nih”, aku cari dimana yang jual crewneck yang emang bagus, kek gitu. Kalo pengen kemeja aku cari kemeja. Jadi kek gak sembarangan “ini bagus” terus aku beli, nggak.

P : jadi cocoknya dipake sama apa gitu ya oke oke

N : iya.

P : kalau jenisnya tuh, pakaian vintage kek apa sih yang kamu suka? Kek tadi kamu bilang pakaian vintage kan biasanya berkiblat kea rah barat. Nah tap ikan gak Cuma orang barat yang punya style vintage atau mungkin spesifik tahun berapa yang kamu suka, buat kamu jenis yang seperti apa yang kamu senang?

N : kalau untuk tahun gitu aku kurang tau gitu, maksudnya untuk range tahunnya itu aku kurang tau, Cuma kek yanggg model orang tahun 19 keknya ya? Pokoknya jaman pas

mamaku masih muda gitu kek “is mirip sama mamak aku” maksudnya hehehe gayaku mirip sama mamaku dulu rupanya, kek gitu. Itu sih. Itu 19-an deh keknya.

P : nah, kalau untuk modelnya sendiri kira-kira model yang kek gimana kamu suka?

untuk ... untuk keseluruhan ya dari ... dari baju, dari celana, aksesoris, tas, semua.

Apakah yang kan kalau 1980-an itu lebih ke yang gemerlap dan warna-warni terus 90-an tuh lebih kek yang akademian simple cold tone gitu-gitu. Nah kamu itu yang gimana Sukanya? Apakah yang polos apa bercorak banyak?

N : aaa ooh kalau untuk yang kek gitu sih aku keknya aku tergantung mood sih. Aku per ... eee tapi lebih seringnya ke arah yang bukan corak, bukan warna-warni gitu. Karena aku sendiri kurang pd kalau untuk warna-warni karena aku ngerasa eee skin tone aku nih agak gelap jadi aku kek tetep nyesuain sama yang aku pake nanti, gitu loh.

Misalnya kek eee lagi siang nih siang-siang “oh aku cocoknya pake warna ini” kalau malem aku pengennya pake yang terang, kek gitu, warna-warna terang. Nah, biasa yang aku sering pake itu kalo untuk dari atas sampe bawah ya? Misalnya dari atasan, atasan tuh kalau gak sweater ada kaos terus dikemejain kemeja jadi outer terus kalo gak kaos dimasukin, pake celana highwaist. Sepatunya juga biasa aku sering pake yang high, karena aku ngerasa kalo untuk sepatu yang low aku kurang, maksudnya yang pendek sama tinggi ya. Aku lebih sering senengnya pake sepatu yang high juga, gitu. Karena tetep nyesuain sama tinggi badan kalo aku. Nyesuain balik lagi sama tinggi badan, karena aku tinggi aku 154, nah itu tuh juga gak selalunyaaaa ... apasih ... cocok pake sepatu pendek, gitu. Gitu sih kalau aku.

P : Nah, kalau ngomongin soal kriteria pakaian ya, kan setiap orang punya pemikiran sendiri tentang karakter atau mmm ciri-ciri suatu hal kan? Kalau buat kamu, pakaian bisa dikatakan vintage tuh kalau gimana sih? Yang buat kamu “eh ini vintage banget” gitu?

N : Eee untuk aku mandangin orang? Eee aku tuh seneng ngeliat orang kalau misalnya stylenya kek gini ... dia pake sepatu boots-boots terus pake dress, dress yaaang ntah dress tank top atau dress yang dress lengan Panjang, gitu-gitu, terus eee gaya rambutnya juga kadang nyesuain sama pakaiannya gitu juga, gitu. Rata-rata kan orang-orang gitu rambutnya pendek-pendek kali gitu terus mmm kadang juga mereka nih pake aksesoris kalung-kalung banyak pokoknya banyak-banyak corak gitu, terus juga dari make up juga

mereka kek “is keren nih orang ni, gayanya ni kali gaya-gaya orang dulu kali” kek gitu-gitu. Gitu sih. Pokoknya dari make up juga, dari pakaian, sepatu gitu.

P : kalo ... apa namanya ... kalo ... ngomongin tujuan, nah, setiap orang pasti punya tujuan kan melakukan apa-apa dan menggunakan sesuatu. Kalau kamu tujuan pake pakaian vintage tuh apa sih?

N : kalau aku karena ... selain nyaman ya. Selain nyaman pakainya dan suka karna aku ngerasa kek “ih aku keren nih kalo kek gini” tapi kerennya bukan karena untuk aku dilihat orang, ngga. Tapi karena aku keren aku kek bangga, gak bangga sih namanya ...

P : kek mengagumi diri sendiri gitu ya?

N : heeh aku kek “is keren kali aku kek gini nih” “is ma ...” kek gitu la pokoknya, keren, bangga, gitu. Untuk aku, untuk aku pribadi sih kek gitu.

P : kalau selama kamu menggunakan ... kalau boleh tau sejak kapan sih kamu mulai pakai pakaian vintage itu?

N : keknya dari ... dimana ya, semester ... masih-masih awal sih, masih-masih awal kuliah. Gak langsung, kek, masih-masih awal tu kek pake baju-baju biasa gitu, terus semester 2 apa ... semester 2 keknya deh karna tuh dari itu aku dah berani minta baju Atok aku. Maksudnya kek dah tau dah tau gitu loh, jadi kek “ih keren nih baju Atok, minta ah”, gitu, nah dari situ. Jadi tiap pulang tuh aku ambil bajunya. Tiap pulang kerumah aku ambil bajunya hehehe.

P : hahaha oke. Kan kamu apa namanya ... berarti selama ada di jogja, pada awalnya kan kamu gak pake style kek gitu kan? Nah, selama perubahan itu sampe akhirnya kamu mutusin untuk jadi Monik dengan style vintage kek sekarang, apasih tanggapan lingkunganmu? Feedback apa yang kamu dapetin?

N : eee ada, ada baik buruk juga sih. Kalau baiknya kek ada yang ngomong eee “Mon, gaya kau oke juga ya sekarang” kek gitu kek oke lah jadi orang udah terbiasa liat aku yang kek gitu. Nah terus kalau yang negative vibes nya tu kek eee “apasih kaga kau nih kek orang tua aja pake-pake baju dulu” gitu. Tapi aku bodo amat kek “apasih orang suka kok kek gini” gitu, “aku ngerasa keren kok kek gini”, kek gitu. Jadi aku gak pernah ini sih kalau kek omongan orang gitu.

P : nah, kalau eee keknya ini pertanyaan terakhir deh. Menurut kamu, penting gak sih penilaian orang tentang pakaian yang kamu gunakan? Kalau misalnya penting, seberapa penting? Kalau gak penting, seberapa gak penting?

N : kek 50-50 kalo menurut aku. Kek pentingnya gini, pentingnya dari omongan orang nih, omongan orang kek misal “Mon, lebih mending kalo kau kek gini” “coba kau lihat yang ini ini deh, cob aini ini deh”, kek gitu “oh iya, boleh juga aku liat” aku jadi kek jadi kek dari tanggapan mereka jadi “oh iya bener juga ya” tapi kek tetep aku saring lagi sih omongan orang-orang kek bisa kuterima gitu. Itu kalau misalnya aku bisa terimanya, kalau nggaknya misalnya kek yang aku bilang tadi dia anggepnya kek emang udah gak pas dari awal jadi kek dia bukannya kasih saran tapi malah ngejudge gitu loh.

P : Menjatuhkan ya

N : heeh, yaa jadi kek 50-50 tetep.

P : Gimana sih biasanya orang-orang menilai kamu berdasarkan pakaian kamu? (seperti terlihat dewasa, periang, misterius, dll)

N : Kalau untuk pandangan orang-orang sekitar kalau yang liat fashion atau gaya aku mungkin eee pernah ada yang bilang kek keliatan tua, keliatan kek gayanya terlalu jadul, kadang juga kek keren pas pake kek gitu, kadang juga keliatan aneh gitu, jadi kek gak semua tanggapan orang nis ama. Ada yang bilang keren ada yang bilang gak, ada yang bilang cocok ada yang bilang gak cocok, gitu.

P : nah, dari semua penilaian itu, yang paling sering kamu dapat yang mana?

N : kalau dari semua penilaian yang aku sebutin tadi, yang paling eee sering diomongin itu keren, terus cocok sama aku, eee aku banget gitu, misalnya eee aku lagi make style yang kaosan sama jeans yang simple gitu, nah ntar kadang ada yang bilang “tumben hari ini keren” atau kek “mon, style kek gini cocok buatmu” gitu biasanya.

P : nah, menurut kamu, kamu itu orang yang bagaimana sih?

N : aku tuh orangnya, kalau untuk yang positif gitu aku orang yang eee humble, friendly, terus eee sering mengasikkan diri ke siapapun biar orang terdekat aku tuh gak ngerasa gak nyaman gitu. Aku juga orang yang ... aku ngerasa aku ramah ke semua orang kek gitu, tapi kalau negatifnya aku tipikal orang yang ada time-time yang aku tuh riweh sendiri, terus juga ada dimana aku moodian, dan juga ada waktu dimana aku marah tuh

aku tahan, nah itu tuh menurut aku gak bagus, tapi aku sering lakuin itu biar orang deketku gak nyaman samaku dan sampe sekarang itu jadi kebiasaan, gitu.

P : dari semua sifat yang kamu sebutin tadi, ada gak sih orang-orang yang pernah nilai kamu "tepat" waktu lihat gaya berpenampilan kamu?

N : pernah sih, pernah dibilang kek eee aku pernah tanya sama orang yang baru kenal gitu kek first impression dia ke aku tuh gimana terus dia bilang kek “dari aku liat kamu tuh eee, kamu orangnya asik” gitu rata-rata eee gak rata-rata sih pernah beberapa orang ngomong kek gitu, gitu sih.

P : Hmm terus kan banyak nih sekarang toko-toko yang suka jual baju terus di labelin “vintage” ya walaupun dia ya bukan vintage gitu loh, nah gimana cara kamu membedakan pakaian vintage dan bukan vintage yang beredar di offline/online store sekarang?

N : eee kalau dari aku sih, kalau misal beli baju yang kek di thrift gitu aku biasanya kalau eee bisa nentui barang itu vintage apa gak tu biasanya selain terlihat dari looknya juga kadang lihat dari brandnya gitu loh. Banyak kan beberapa yang aku tau brand-brand udah dari jaman dulu gitu, jadi terlihat dari band dan looknya gimana sih kalo menurut aku. Soalnya kan sekarang juga banyak produk baju, celana, sendal, tas gitu yang baru keluar di jaman sekarang tapi padahal itu ikutin yang ada di jaman dulu gitu loh, ntah kemeja, blazer atau sepatu gitu.

P : berdasarkan jawaban kamu tadi, nah, Apakah pakaian dengan karakteristik yang "divintage" kan yang baru dikeluarkan oleh toko-toko atau desainer sekarang dapat dikatakan vintage? Kenapa?

N : kalau menurut aku sih ngga termasuk yak arena vintage yang aku maksud ini yang aku tangkep nih lebih berbau umur gitu loh, maksudnya kek pakaian ini keliatan dari pakaian dulu nih, model-model dulu. Ntah dari pakaian yang emang udah keliatan tua tapi ya gak selalu keliatan tua eh gimana ya ngomongnya. Pokoknya kalau vintage yang aku maksud ini berbau sama umurnya gitu loh, sementara produk-produk yang dikembangkan sekarang kan banyak yang aku tau itu ngikutin gaya vintage, kan sekarang lagi boomingnya gaya-gaya vintage, nah menurut aku itu gak termasuk vintage cuma ngikutin gayanya aja hahaha gimana ya

P : hmm iya iya paham, Seberapa penting penampilan bagimu? Kenapa?

N : eee kalau aku sih penting sih, paling penting, karena eee aku ngerasa kalau penampilan aku itu lagi bagus pasti aku bakalan PD. Aku bakalan kek yakin “ih aku lagi keren hari ini” “aku ngerasa oke nih hari ini” gitu. Jadi itu untuk membangun rasa percayaku sih. Selain itu juga dengan berpenampilan bagus menurut aku tuh bisa bikin aku ngerasa kek langsung mood aja, aku langsung ngerasa happy itu loh karena ngerasa bagus dan rapih hari itu, jadi aku kek seneng kalau lagi rapih gini dilihat orang, kek seneng aja gitu.

P : jadi penampilanmu mempengaruhi mood ya?

N : iya, kalau misalnya aku tuh berpakaian gitu kadang juga nyesuain mood gitu, misalnya aku lagi eee happy gitu pasti aku pengen keliatan kek “wow” gitu ntah dalam artian keren, rapih, bersih apa gimana gitu. Kalau misalnya aku lagi kek gak mood gitu pasti aku kek eee stylenya tuh biasa aja, ntah cuma kaosan aja atau pake sandal Swallow aja atau totebag biasa aja gitu. Menurut aku au gimanapun mood itu mempengaruhi cara aku berpakaian gitu, dan juga mempengaruhi mood aku setelahnya, kek setelah aku berpakaian rapih yang aku maksud kek tadi itu.