

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan *trend fashion* mendorong keinginan seseorang terhadap gaya yang semakin lama terlihat *modern*. Hal ini menjadi sebuah tuntutan bagi remaja di zaman sekarang. Dilihat dari *fashion* dan gaya hidup anak remaja di ibu Kota, gaya hidup yang tinggal di Kota-Kota besar terlihat menggunakan pakaian-pakaian yang mempunyai *brand* ternama sehingga terlihat mewah dan modis. Anak remaja di masa sekarang mengikuti *style* tersebut dari media sosial yang digunakan seperti Instagram, Tik-Tok, Youtube, Twitter, dll. *Trend Fashion* ini mempengaruhi berbagai kalangan masyarakat di Indonesia untuk selalu *Up To Date* dan men-upgrade *style* pakaian mereka dengan mode-mode *fashion* saat ini. anak muda sekarang merupakan sasaran empuk untuk menjadikan konsumen bagi para produsen.

Tanjung Balai adalah sebuah Kota yang terletak di daerah pesisir Selat Malaka. Kota ini dalam sejarahnya menjadi Kota perdagangan karena Kota ini memiliki pelabuhan internasional terbesar kedua di Sumatera Utara. Sebagai pelabuhan International, pelabuhan ini berfungsi sebagai proses masuk keluarnya kapal kapal dari berbagai negara dan proses perdagangan dunia. kapal tersebut melakukan kegiatan bongkar muat barang seperti barang-barang import dan bahan pangan yang di distribusikan ke seluruh Indonesia. Sehingga Kota Tanjung Balai merupakan titik pusat penjualan barang-barang import

yang dikenal sebagai TPO (Tempat Penjualan Obral) atau biasa disebut dengan Monza (Mongonsisi Plaza).

TPO ini adalah pusat perbelanjaan pakaian bekas yang menyediakan berbagai jenis barang-barang import dan bekas. Adapun jenis-jenis barang import yaitu pakaian, sepatu, tas, dan sebagainya. Dengan seiringnya waktu berjalan, beberapa pedagang tanjungbalai memiliki ide kreatif untuk mempermudah anak remaja sekarang dalam memburu pakaian bekas dengan kualitas bagus dengan membuka *Thrift Shop*. Berkembangnya trend thriftshop ini masyarakat Tanjung Balai sangat tertarik untuk memakai produk pakaian bekas ini dalam memenuhi kebutuhan pakaian sehari-hari serta memenuhi gaya hidup mereka.

Istilah *Thrift Shop* ini memiliki ciri khas yang berbeda dengan pakaian bekas lainnya. *Thrift Shop* ini merupakan tempat menjual pakaian bekas yang sudah dikemas dengan bersih dan siap pakai yang menyediakan pakaian yang bermerk. Semua pakaian bekas yang bermerk memiliki harga yang ekonomis dari rendah sampai harga yang tinggi.

Awalnya masyarakat Tanjung Balai ini memakai pakaian-pakaian yang sederhana, dengan hadirnya barang-barang *Thrift Shop* ini membuat remaja menggambarkan tipe-tipe ideal dalam memilih pakaian bekas mereka sendiri sesuai dengan apa yang mereka jadikan contoh untuk mencerminkan diri dari apa yang mereka lihat di sosial media. Misalnya brand-brand luar negeri seperti Dickies, Levi's, Nike, Uniqlo, Adidas dan lain-lain, yang diperjualkan

dengan harga yang ekonomis serta memiliki kualitas barang yang bagus dan original.

Beredarnya merk-merk terkenal tersebut membuat kaum muda dalam menentukan identitas dirinya tidak lagi ditentukan oleh mereka sendiri tetapi dibangun karena adanya keperluan akan cermin diri atau pengakuan diri. Masyarakat Tanjung Balai ini menginginkan kehidupan yang stabil dan bernilai tinggi demi mendapatkan pengakuan dalam diri maupun orang lain. dikarenakan tidak sesuainya dengan pendapatan orang tuanya, Sehingga mereka lebih memilih mengkonsumsi pakaian bekas ketimbang membeli barang di toko aslinya. maka dari itu, pakaian bekas saat ini sangat digandrungi di kalangan anak muda Kota Tanjungbalai.

Menurut Kanuk dan Schiffman, Pada usia 16-21 tahun tergolong dalam membeli suatu barang hanya mengarah untuk mengejar gengsi dan harga diri. Dengan adanya pengaruh dunia periklanan maupun promosi dapat mempengaruhi dalam menemukan identitas diri dan menunjukkan citra diri dengan memakai pakaian yang memiliki brand terkenal. Pada usia ini cara mengkonsumsi suatu barang itu memiliki tujuan yaitu meningkatkan gengsi untuk berpenampilan yang berbeda dengan yang lainnya, tanpa harus memprioritaskan kebutuhan melainkan memenuhi hasrat keinginan mereka.

Menurut Jean Baudrillard (Dalam Basrun, 2021 : 10) ia mengatakan aktivitas mengkonsumsi itu merupakan aktivitas komunikasi. Artinya seseorang yang mengenakan suatu barang yang memiliki brand ternama agar

dapat mengkomunikasikan penampilannya untuk mendapatkan pengakuan terhadap apa yang dikenakannya.

Mengonsumsi pakaian bekas ini dikarenakan adanya pola konsumtif yang semakin diminati membuat anak remaja sekarang mengonsumsi pakaian bekas yang bermerk untuk menunjukkan gaya hidup dalam memenuhi kebutuhan *fashion*. Perubahan makna nilai guna barang berubah menjadi fokus dengan adanya simbol, fenomena ini termasuk simulakra yang berupa perubahan nilai guna menjadi nilai tanda atau simbol.

Hal ini ada kaitannya dengan gaya yang selalu mengejar gengsi dan harga diri melalui pakaian bermerk yang dikenakannya juga berdasarkan faktor harga yang lebih mudah terjangkau. Untuk itu membeli pakaian bekas sudah menjadi *trend* yang semakin hari digemari. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas menarik perhatian Peneliti untuk membahas “Hiperrealitas Sistem Perdagangan Terhadap *Thrift Shop* Di Kelurahan Tanjung Balai Kota Iii Kecamatan Tanjung Balai Utara”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas, maka dari itu peneliti merumuskan masalah dalam Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk hiperrealitas yang dilakukan oleh pedagang *Thrift Shop* di Kelurahan Tanjung Balai Kota III?
2. Bagaimana pemaknaan istilah *Thrift Shop* pada Remaja Putri dan Owner di Kelurahan Tanjung Balai Kota III?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menggambarkan bentuk hiperrealitas yang terjadi dalam penelitian ini.
2. Untuk mendeskripsikan pemahaman mengenai *Thrift Shop*

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Memberikan sumbangan terhadap antropologi terkait dengan kajian antropologi post modern yang memfokuskan pada hiperrealitas pedagang dalam menjual pakaian *Thrift Shop*
2. Memberikan masukan atau pengembangan tentang hiperrealitas terhadap kegiatan berbelanja pakaian bekas.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan hasil Penelitian ini dapat menambah referensi Penelitian dan bisa dijadikan sebagai sumber informasi bagi Peneliti lain yang ingin mengangkat penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat Penulis.



THE
Character Building
UNIVERSITY